

【東海地方版】DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版

～東海地方を訪れたインバウンドの特徴と課題～

2026年8月31日

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行

東海支店

結果の要旨①

1. 本調査は、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」のデータより、東海4県および長野県に関する回答を抽出・分析した。

➤ 訪問希望者：東海エリア 1,438人、長野エリア 503人。訪問経験者：東海エリア 707人、長野エリア 252人

2. 都道府県別の訪問率・消費単価、宿泊形態を整理すると、各県の特徴は以下のとおり。

愛知県	岐阜県	三重県
・域内の結節点（ハブ） ・宿泊はビジネスホテル偏重 ・消費単価が域内で最も高い	・高山・白川郷の周遊 ・レンタカー比率が相対的に高め ・旅館利用も比較的高い	・訪問率は低いが単価は高め ・関西（大阪・京都）との往来が目立つ ・周遊拡大の余地が大きい
静岡県	長野県	
・東京との往来が大きい ・リゾートホテル利用が高い ・鉄道比率が高い区間も	・台湾・香港のウェートが高い ・バス/鉄道で域内周遊 ・リゾートホテル利用が高い	

3. 参考として、国土交通省「FF-Data（訪日外国人流動データ）」2023年版を用いて、東海・長野エリアの周遊状況（都道府県間流動）と交通手段を整理した。

項目	整理（要点）
認知・訪問意向	名古屋は認知・意向とも域内で突出。伊勢志摩の認知は5%未満。白川郷は認知されれば訪問意向に繋がりがやすい
旅行形態	東アジアは個別旅行（航空券・宿泊の個別手配等）の需要が高い。東南アジアは食事・観光込みパックの比率が高い
宿泊ニーズ	希望宿泊は「温泉のある日本旅館」が各地域で高い。一方、実態は県別に偏り（愛知：ビジネスホテル中心）あり
周遊・交通（FF-Data）	鉄道・バス中心。愛知を起点とした交通・宿泊・情報発信・商品造成が域内周遊拡大の鍵

結果の要旨②

訪問意向（訪日希望者）	
要点	・域内では「名古屋」が最も高い（14.4%） ・次いで「軽井沢」（4.6%）、「白川郷」（4.0%） ・欧米豪の名古屋訪問意向は5%未満に留まる

4. 本調査の結果、東海・長野エリアを訪れるインバウンドの属性、行動には次のような特徴がある。

- ① 訪問希望者・訪問経験者は、台湾・香港等（直行便就航地域）のウェートが高い。長野は台湾が3割超。
- ② 認知度・訪問意向は名古屋が突出。一方、直近旅行の共訪率（起点となる観光地の訪問者のうち、他の観光地も訪問した人の割合）では名古屋→伊勢志摩は2%未満で、周遊の伸びしろが大きい。
- ③ 旅行形態は東アジアで個別旅行需要が高く、着地型商品造成や多言語情報の整備が重要。
- ④ 宿泊は「温泉のある日本旅館」志向が強いが、県別実態では愛知がビジネスホテル偏重。滞在価値向上により単価向上余地がある。
- ⑤ FF-Dataでは愛知が域内の結節点。静岡・長野は東京、三重は大阪・京都との結び付きが相対的に強い。
- ⑥ 認知が訪問意向につながる割合には国・地域差があり、韓国は相対的に低い。国・地域別の特徴を踏まえた訴求が必要。

5. 本調査結果を踏まえた東海インバウンドの課題として、以下の3点が挙げられる。

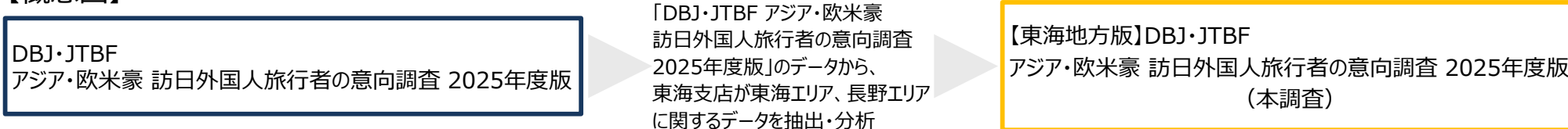
- ① 広域観光拠点としての「名古屋」の機能を強化し、域内周遊（特に三重・長野等への回遊）を活性化する。
- ② 県別の宿泊・体験・食の磨き上げと商品造成により、消費単価（滞在価値）の向上を図る。
- ③ 直行便就航地域（台湾・香港等）を起点とした情報発信を高度化するとともに、国・地域別の認知度と訪問意向の特徴を踏まえ、訴求内容を最適化する。

以 上

調査概要① 調査の概要と当資料の位置づけ

- (株)日本政策投資銀行（DBJ）地域調査部（現産業・地域調査部）および（公財）日本交通公社（JTBF）は、共同で「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版」（調査期間：2025年7月7日～7月16日）を実施し、2025年11月6日に公表した（以下、「全体調査」という。）。
- 全体調査は、DBJ地域調査部が2012年より継続的に実施しているアジア・欧米豪12地域（欧米豪は2016年より調査対象に追加）の海外旅行経験者を対象にしたインターネットによるアンケート調査で、2015年からはJTBFと共同で調査を行い、以降、毎年、調査及び調査結果のリリースを行っているものである。

【概念図】



■ 調査方法ほか

- 調査方法：インターネットによる調査
- 実施期間：2025年7月7日～7月16日
- 調査地域：【アジア】韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア
【欧米豪】アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス（12ヶ国・地域）
(注) 中国は北京および上海在住者のみ（割合は北京50%：上海50%）
(注) アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスは2016年度調査から追加
- 調査対象者：20歳～79歳の男女、かつ、海外旅行経験者
(注) 中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間、アメリカ-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア-ニュージーランド間、イギリス・フランス-欧州
各国間の旅行は、海外旅行経験から除く
- 有効回答者：上記各地域に居住する住民計7,413人
- 協力会社：(株)インテージリサーチ、DBJデジタルソリューションズ(株)、KANTAR JAPAN Inc.（アンケートモニター抽出・配信）

調査概要② エリア区分

地域	当調査における観光地名
東京	東京
首都圏	東京、横浜、鎌倉、箱根、川越
北関東甲信	日光、草津、軽井沢、松本、上高地、富士山
北海道	札幌、小樽、函館、洞爺湖、富良野・美瑛、ニセコ、知床
東北	仙台、青森、秋田、盛岡、松島、山形、福島、弘前
新潟	新潟
北陸	金沢、富山、立山黒部
東海	名古屋、高山、白川郷、富士山（※1）、伊豆、伊勢志摩 熊野、高野山（※2）
長野	軽井沢、松本、上高地
関西	大阪、奈良、京都、神戸、姫路、高野山、熊野
中国	広島、宮島、岡山、倉敷、鳥取、松江、出雲
四国	高松、松山、直島、高知、徳島、祖谷溪
九州	福岡、長崎、熊本、鹿児島、別府、由布院、阿蘇、屋久島、宮崎
南九州	鹿児島、屋久島、宮崎
沖縄	沖縄

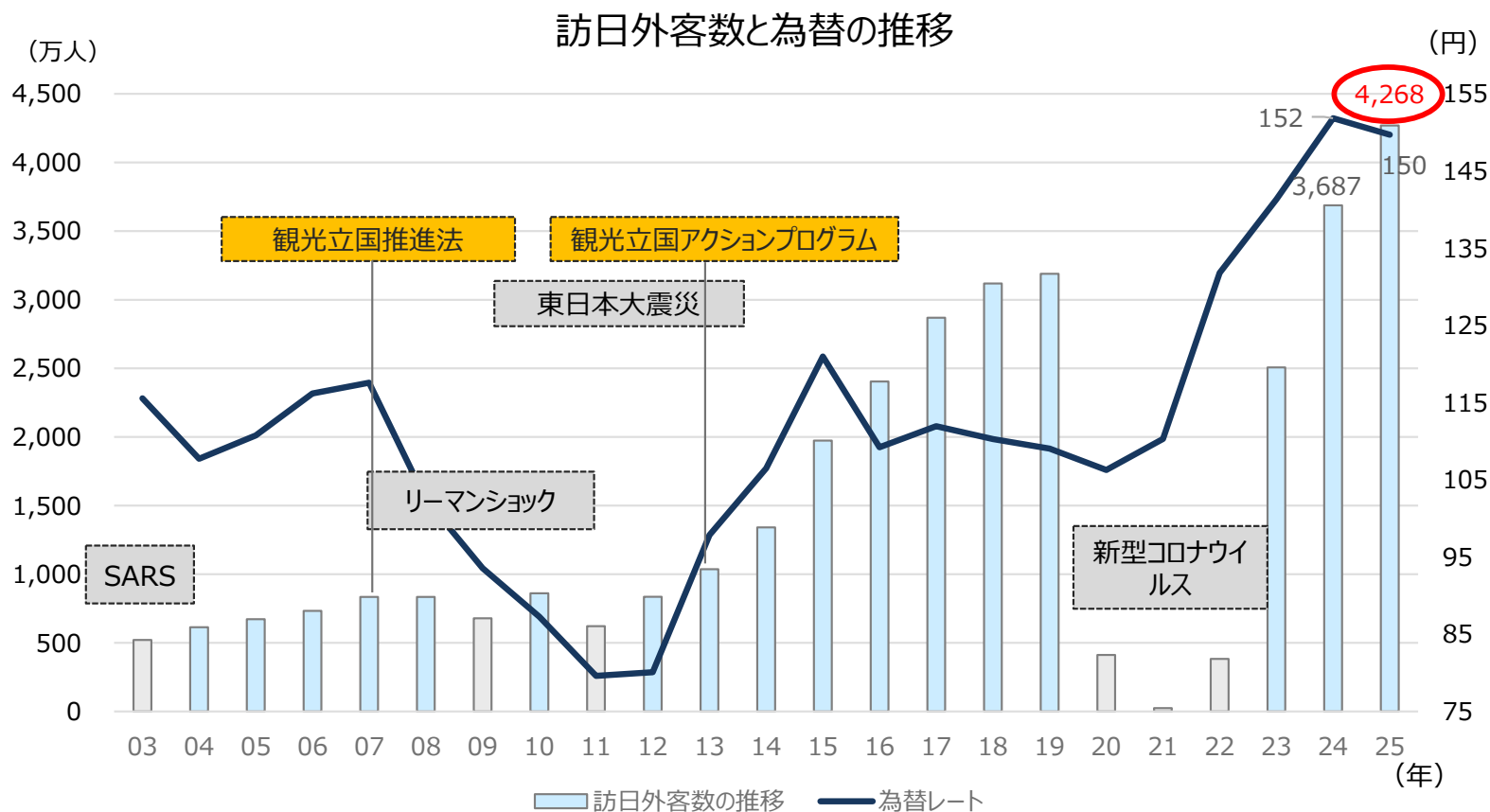
※1: 「富士山」は静岡県以外を訪れたケースや車窓等から見たケースも含まれるため、本レポートの分析対象から除外した。

※2: 本レポートでは、三重県、和歌山県、奈良県にまたがる地域である紀伊半島内に位置する「熊野」および「高野山」も東海地域からの主な周遊先として分析対象とする。

2. インバウンド市場の動向

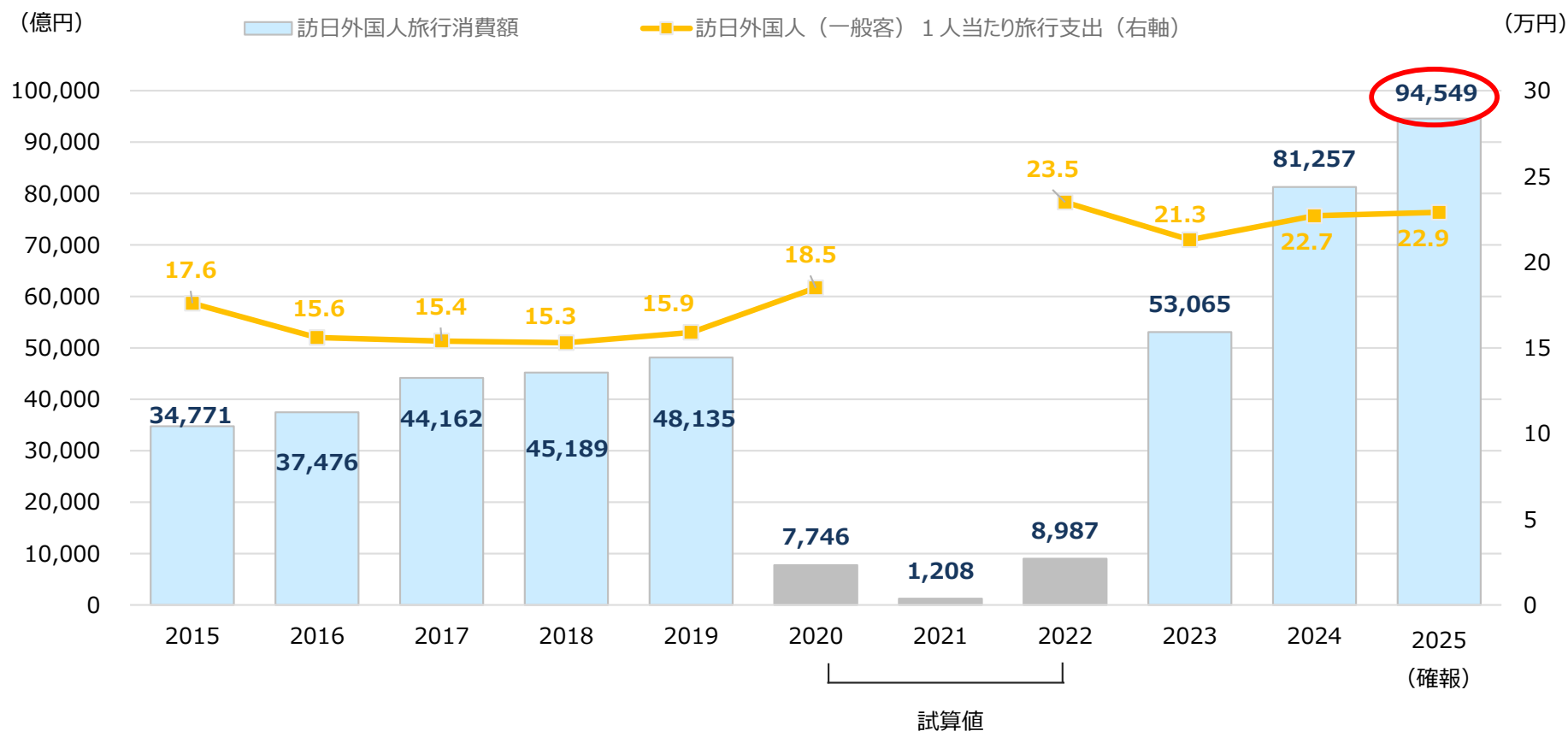
インバウンド市場の動向 全国の訪日外客数の推移・円ドル為替レート

- 日本政府によるビジットジャパンキャンペーンや、2013年以降の円安傾向を追い風として、訪日外国人数は上昇基調となり大幅に増加。その後、2020年以降はコロナ禍の出国制限等により、訪日外国人客はほぼ消滅していたものの、2023年5月の新型コロナウイルス感染症の5類移行後、国際航空便の回復、旅行需要の反動増、円安等を背景に、訪日外国人客が急増している。
- 2025年は年間4,268万人(JNTO推計値)となり、年間でこれまでの最高値であった2024年の3,687万人を15.8%上回り、過去最高を記録した。



インバウンド市場の動向 訪日外国人旅行者の旅行消費額・1人当たり旅行支出の推移

- 2025年の訪日外国人旅行の消費額は9兆4,549億円(観光庁確報値)となり、年間でこれまでの最高値であった2024年の8兆1,257億円を16.4%上回り、過去最高を記録した。
- 一方、2025年の訪日外国人旅行者（一般客）1人当たり旅行支出は22万9千円で、前年比0.9%増にとどまった。今後は、宿泊、飲食、体験等の付加価値向上や滞在期間の長期化、地方部への周遊促進を通じて、旅行者の満足度向上と地域における消費拡大の両立を図ることが重要である。



※「1人当たり旅行支出」は全目的の訪日外国人を対象としている。

インバウンド市場の動向 都道府県別訪問率および消費単価^(注1)

- 訪日旅行者の訪問率を都道府県別でみると、東海エリアおよび長野県では愛知県が6.8%と高い一方、三重県は0.7%と1%未満に留まっている。静岡県、岐阜県、長野県は3%前後と高くはないものの47都道府県の中央値（1.0%）を上回っている。
- 訪日旅行者の消費単価を都道府県別でみると、東海エリアおよび長野県では愛知県が9.25万円/人と最も高く、次いで長野県（6.34万円/人）、三重県（6.28万円/人）となっている。岐阜県は3.91万円/人と47都道府県の中央値（5.00万円/人）未満の消費額に留まっている。

2024年（暦年）

（単位：万円／人）

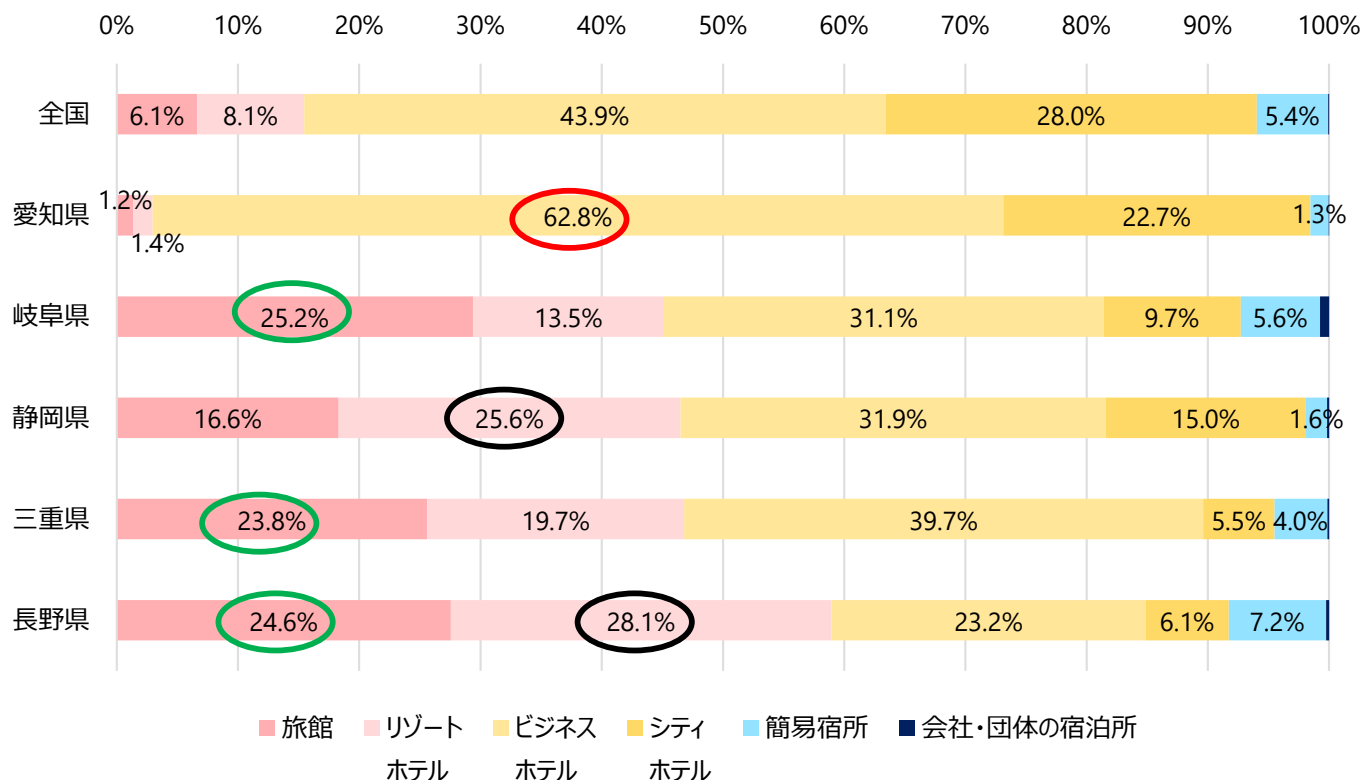
訪問地	標本サイズ（人）	訪問率	訪問者数	標本サイズ（人）	消費単価 ^{注2}
愛知県	9537	6.8%	241	8802	9.25
岐阜県	4728	3.1%	112	4417	3.91
静岡県	3961	3.5%	126	3801	5.37
三重県	1216	0.7%	26	1128	6.28
長野県	3552	2.9%	104	2794	6.34

注1：「消費単価」にはパッケージツアー等参加費に含まれる訪問地収入分が含まれる。都道府県別の「消費単価」には都道府県間交通費は含まれない。

注2：「訪問率」および「消費単価」は全目的の訪日外国人を対象としている。

インバウンド市場の動向 宿泊施設タイプ別外国人延べ宿泊者数の割合

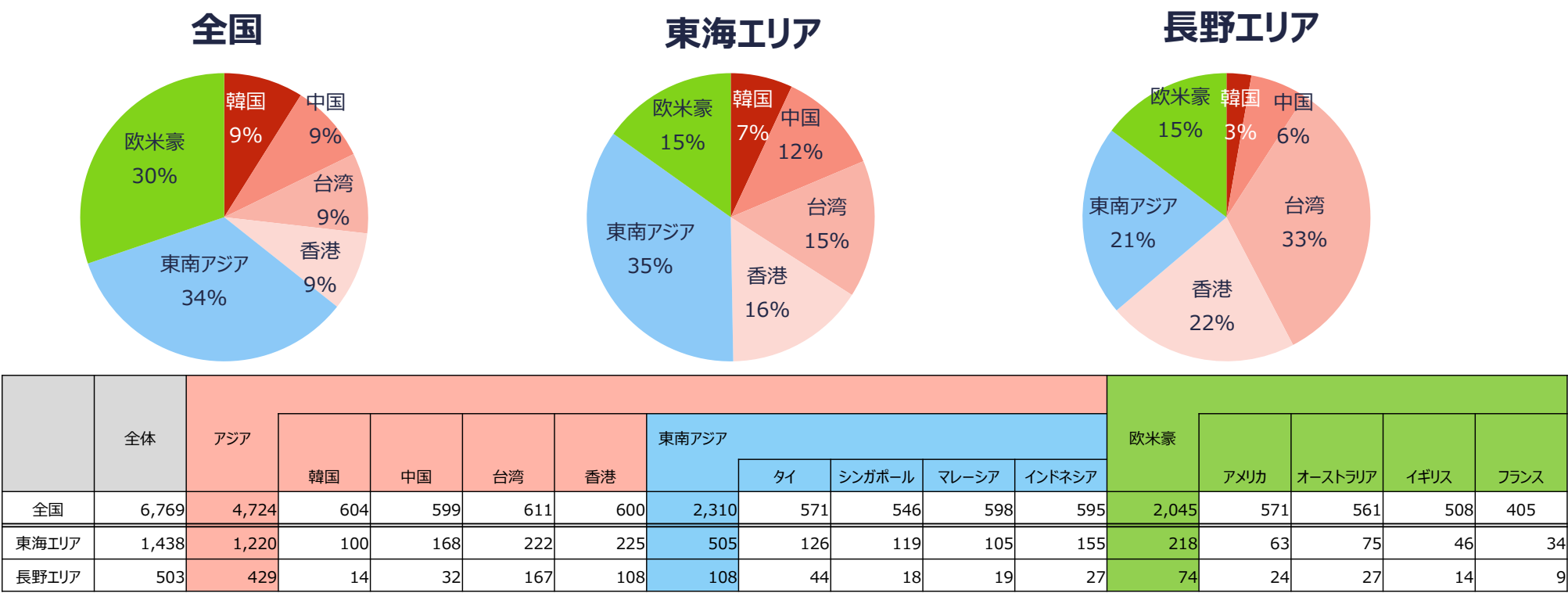
- 訪日旅行者が宿泊した施設をタイプ別・都道府県別でみると、愛知県では、ビジネスホテルが63%を占め、全国平均（44%）を上回り、非常に高い割合となっている。一方、旅館やリゾートホテルの利用は2%未満と限定的である。
- 東海・長野エリアでシティホテルに宿泊した人の割合は、いずれの県でも全国平均（28%）を下回っている。
- 長野県、静岡県では4人に1人以上がリゾートホテルに宿泊しており、全国平均（8%）を大きく上回っている。
- 岐阜県、長野県、三重県では約4人に1人が旅館に宿泊しており、地域への滞在の魅力の1つとなっている。



3. 分析結果①東海・長野エリアの訪問希望者、訪問経験者の属性

回答者（訪問希望者）の属性（居住地）

- 回答者属性（各エリア訪問希望者）については下表の通り。
- 「東海エリア」...「名古屋」「高山」「白川郷」「伊豆」「高野山」「伊勢志摩」「熊野」を1つ以上選択し回答した人は1,438人である。
- 「長野エリア」...「軽井沢」「松本」「上高地」を1つ以上選択した回答者503人である。
- 居住地別にみると、東海エリアでは香港(16%)、台湾(15%)が多く、次いで中国(12%)の順となっている。
- 長野エリアでは、台湾（33%）が全体の1/3を占め、次いで香港(22%)であるが、中国の割合は6%と低い。
- 中部国際空港との直行便がある台湾や香港の構成比は、全国と比べてやや高く、直行便就航地域への重点的なプロモーションや、航空ネットワークを生かした誘客が期待される。



回答者（訪問希望者）の属性（性別、年代）

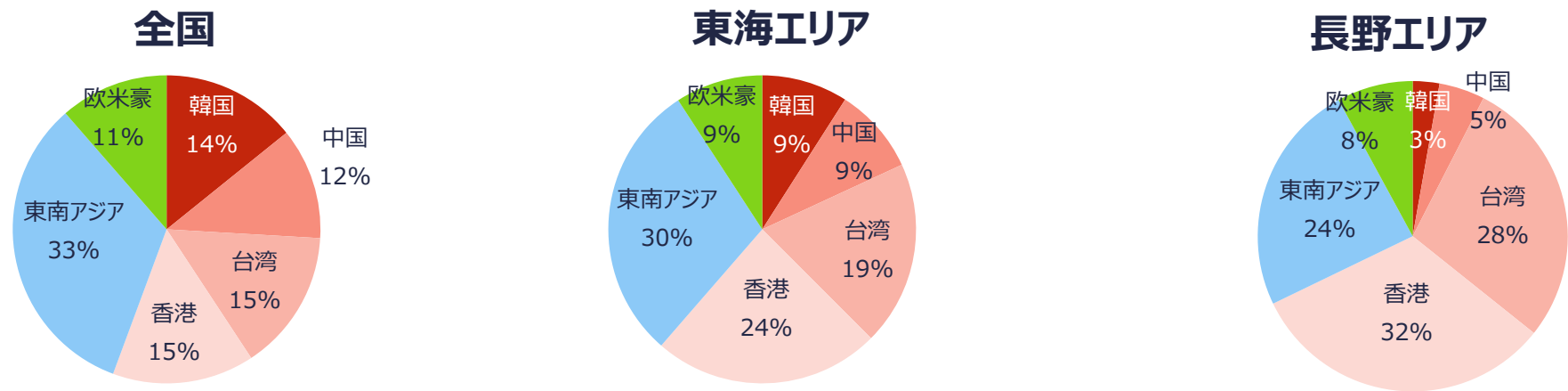
- 本調査は全体調査より、日本の観光地への訪問意向について、東海4県（愛知県、岐阜県、三重県（一部和歌山県を含む）、静岡県）および長野県の地名を選択した回答を抽出し、分析したものである。「富士山」は静岡県以外を訪れたケースや車窓等から見たケースも含まれるため、今回の分析対象から除外した。三重県、和歌山県、奈良県にまたがる地域である紀伊半島内に位置する「熊野」および「高野山」も東海地域からの主な周遊先として分析対象とする。
- 本調査の分析対象者の回答者数、性別、年代は、下記の通りとなる。
- 性別でみると、白川郷および上高地、軽井沢では女性が10ポイント上回っているものの、概ね男女数に顕著な差はない。
- 年代別にみると、いずれの地域でも30代から40代が多く、次いで20代と50代も多いが、60代以上は限定的である。訪問経験者と比較すると、訪問希望者は20代の割合が高く、若年層の訪問希望を実際の訪問に結び付けるための施策が期待される。

■ 本調査の分析対象者

	愛知県 (名古屋)	岐阜県 (高山、白川郷)	三重県 (高野山、伊勢 志摩、熊野)	静岡県 (伊豆)	長野県 (軽井沢、松本、 上高地)
回答者数	976	443	413	197	618
性別	男性 (498)、女性 (468)、その他 (10)	男性 (203)、女性 (240)、その他 (0)	男性 (205)、女性 (206)、その他 (2)	男性 (95)、女性 (100)、その他 (2)	男性 (300)、女性 (313)、その他 (5)
年代	20代 (216)、30代 (244)、40代 (247)、 50代 (206)、60代以 上 (63)	20代 (102)、30代 (120)、40代 (119)、 50代 (81)、60代以上 (21)	20代 (116)、30代 (116)、40代 (103)、 50代 (56)、60代以上 (22)	20代 (49)、30代(48)、 40代 (51)、50代 (40)、 60代以上 (9)	20代 (121)、30代 (189)、40代 (167)、 50代 (116)、60代以 上 (25)

回答者（訪問経験者）の属性（居住地）

- 回答者属性（各エリア訪問経験者）については下表の通り。
- 「東海エリア」...「名古屋」「高山」「白川郷」「伊豆」「高野山」「伊勢志摩」「熊野」を1つ以上選択し回答した人は707人である。
- 「長野エリア」...「軽井沢」「松本」「上高地」を1つ以上選択した回答者は252人である。
- 居住地別にみると、東海エリアでは香港(24%)、台湾(19%)が多く、次いで9%の韓国、中国、タイの順となっている。
- 長野エリアでは、香港（32%）が全体の約1/3を占め、次いで台湾(28%)であるが、韓国、中国の割合は5%以下に留まっている。
- 中部国際空港への直行便がある台湾や東南アジアは全国と比べて、訪問経験者がやや多くみられる。一方、韓国では、直行便があるものの全国と比べて東海エリアの訪問経験者の構成比が低く、認知を実際の訪問につなげるための訴求内容の検討が必要である。



	全体	アジア										欧米豪				
		韓国	中国	台湾	香港	東南アジア				アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス			
						タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア							
全国	3,349	2,967	476	392	496	500	1,103	356	286	186	275	382	84	156	67	75
東海エリア	707	642	64	64	137	169	208	64	61	29	54	65	12	25	15	13
長野エリア	252	232	7	12	71	81	61	22	15	12	12	20	3	9	5	3

回答者（訪問経験者）の属性（性別、年代）

- 本調査は全体調査より、日本の観光地への訪問経験について、東海4県（愛知県、岐阜県、三重県（一部和歌山県を含む）、静岡県）および長野県の地名を選択した回答を抽出し、分析したものである。「富士山」は静岡県以外を訪れたケースや車窓等から見たケースも含まれるため、今回の分析対象から除外した。三重県、和歌山県、奈良県にまたがる地域である紀伊半島内に位置する「熊野」および「高野山」も東海地域からの主な周遊先として分析対象とする。
- 本調査の分析対象者の回答者数、性別、年代は、下記の通りとなる。
- 性別でみると、白川郷では女性が25ポイント、伊勢志摩では男性が25ポイント上回っており、その他の地域についても「訪問希望者」よりも多少の男女差はあるものの、サンプルによる差異の可能性を排除できない。
- 年代別にみると、いずれの地域でも40代が最も多く、次いで30代と50代も多いが、60代以上は限定的である。
- 年代・性別でみると、名古屋では40代女性、50代男性、40代男性がいずれも13%超であり、他の年代・性別よりもやや多い傾向にある。

■ 本調査の分析対象者

	愛知県 (名古屋)	岐阜県 (高山、白川郷)	三重県 (高野山、伊勢志摩、熊野)	静岡県 (伊豆)	長野県 (軽井沢、松本、上高地)
回答者数	524	278	136	73	304
性別	男性 (268)、女性 (253)、その他 (3)	男性 (113)、女性 (165)、その他 (0)	男性 (78)、女性(58)、その他 (0)	男性 (37)、女性(35)、その他 (1)	男性 (133)、女性 (169)、その他 (2)
年代	20代 (94)、30代(118) 40代 (139)、50代 (130)、60代以上 (43)	20代 (49)、30代 (65) 40代 (81)、50代 (65) 60代以上 (18)	20代 (31)、30代 (37) 40代 (38)、50代 (25) 60代以上 (5)	20代 (13)、30代 (15) 40代 (22)、50代 (18) 60代以上 (5)	20代 (49)、30代 (76) 40代 (85)、50代 (85) 60代以上 (9)

回答者（訪問経験者）の属性（訪日時期、同行者、滞在期間）

- 直近の日本旅行で東海地方を訪れたインバウンドは延べ1,315人、うち、2023年以降に東海地方を訪れた回答者は延べ961人となり、いずれの地域でも2019年以前と比較して2023年以降の訪問者の方が多い。
- 配偶者・恋人との旅行が最も多く、次いで友人や家族との旅行も多いが、一人旅行者は一割程度である。
- 日本滞在期間は、岐阜県を除く各県では4～6日の割合が最も高く、岐阜県では7～13日のウェートが高い。

	愛知県 (名古屋)	岐阜県 (高山、白川郷)	三重県 (高野山、伊勢 志摩、熊野)	静岡県 (伊豆)	長野県 (軽井沢、松本、 上高地)
回答者数	524	278	136	73	304
訪日時期	2019年以前 (103)	2019年以前 (40)	2019年以前 (15)	2019年以前 (10)	2019年以前 (41)
	2020～2022年 (52)	2020～2022年 (29)	2020～2022年 (21)	2020～2022年 (7)	2020～2022年 (36)
	2023年以降 (369)	2023年以降 (209)	2023年以降 (100)	2023年以降 (56)	2023年以降 (227)
同行者 (複数回答)	一人 (42)	一人 (29)	一人 (13)	一人 (4)	一人 (26)
	配偶者・恋人 (303)	配偶者・恋人 (136)	配偶者・恋人 (84)	配偶者・恋人 (46)	配偶者・恋人 (200)
	友人 (142)	友人 (87)	友人 (40)	友人 (14)	友人 (86)
	子ども (142)、親 (60) 子ども・親以外の家族・ その他 (78)	子ども (55)、親 (46) 子ども・親以外の家族・ その他 (54)	子ども (45)、親 (18) 子ども・親以外の家族・ その他 (14)	子ども (20)、親 (7) 子ども・親以外の家族・ その他 (11)	子ども (81)、親 (51) 子ども・親以外の家族・ その他 (61)
日本滞在 期間	3日以内 (22)	3日以内 (7)	3日以内 (4)	3日以内 (1)	3日以内 (9)
	4～6日 (236)	4～6日 (100)	4～6日 (61)	4～6日 (41)	4～6日 (118)
	7～13日 (217)	7～13日 (137)	7～13日 (52)	7～13日 (24)	7～13日 (52)
	14日以上 (49)	14日以上 (34)	14日以上 (19)	14日以上 (7)	14日以上 (36)

3. 分析結果②東海・長野エリアの認知度・訪問意向・訪問経験

訪日希望者の東海・長野エリアの訪問認知度

- 東海・長野エリアの認知度をみると、名古屋が32.3%と域内では突出した認知度であり、次いで軽井沢（9.9%）、松本（8.4%）、高山（8.0%）の順となっている。「伊勢志摩」は3.7%と5%未満に留まっており、認知度（知名度）の向上に向けた取組みが期待される。
- 名古屋の認知度を居住地別にみると、台湾が60.8%と最も高く、次いで香港（56.9%）、韓国（46.5%）の順であり、直行便の多い東アジア圏における認知度が高いが、欧米での知名度は1割前後に留まっている。
- 軽井沢の認知度を居住地別にみると、台湾では半数以上（50.2%）、香港でも約4割（39.8%）が認知しているが、その他の国・地域では6%未満と限定的である。

都道府県	観光地	全体 (n=7,413)	アジア計 (n=4,906)	韓国 (n=628)	中国 (n=618)	台湾 (n=618)	香港 (n=603)	タイ (n=601)	シンガポール (n=579)	マレーシア (n=634)	インドネシア (n=625)
愛知県	名古屋	32.3	43.2	46.5	36.7	60.8	56.9	35.1	35.9	33.3	39.8
岐阜県	高山	8.0	9.5	6.8	6.8	9.9	18.6	8.7	7.9	7.7	9.6
	白川郷	7.3	9.6	3.3	4.2	12.9	30.2	8.5	8.1	6.6	3.8
静岡県（富士山を除く）	伊豆	8.9	11.8	2.7	13.3	33.2	33.2	3.5	5.0	2.7	1.6
三重県	伊勢志摩	3.7	4.9	2.4	2.6	12.9	11.4	2.7	2.6	2.2	2.4
	熊野	6.1	7.8	2.9	5.5	21.5	18.1	5.0	4.7	2.4	3.0
	高野山	6.7	7.7	2.4	5.5	10.0	11.3	8.3	5.9	6.9	11.2
長野県	軽井沢	9.9	14.0	2.4	3.7	50.2	39.8	4.5	5.5	2.8	3.7
	松本	8.4	10.3	8.8	12.3	10.2	18.2	13.3	6.7	6.0	7.2
	上高地	5.0	6.0	3.5	4.4	8.3	11.8	6.0	3.8	4.4	5.6
(参考)	東京	59.3	64.1	67.4	52.9	66.7	71.0	62.2	66.0	65.6	61.3
	大阪	49.9	58.6	68.6	44.3	67.5	67.8	57.7	57.2	55.4	50.6
	京都	47.1	55.7	63.9	45.1	69.7	66.0	56.1	52.8	45.1	47.2

都道府県	観光地	全体 (n=7,413)	欧米豪計 (n=2,507)	アメリカ (n=658)	オーストラリア (n=620)	イギリス (n=618)	フランス (n=611)
愛知県	名古屋	32.3	10.9	6.5	17.4	7.4	12.6
岐阜県	高山	8.0	5.1	4.9	6.5	5.3	3.8
	白川郷	7.3	2.8	2.7	4.5	2.6	1.3
静岡県（富士山を除く）	伊豆	8.9	3.1	2.3	4.0	3.7	2.5
三重県	伊勢志摩	3.7	1.4	2.0	1.3	1.1	1.3
	熊野	6.1	2.8	3.0	3.4	2.9	1.6
	高野山	6.7	4.8	5.9	5.2	5.3	2.6
長野県	軽井沢	9.9	1.9	1.8	2.1	1.9	1.8
	松本	8.4	4.7	4.9	6.6	3.9	3.3
	上高地	5.0	3.2	3.3	5.2	2.4	1.6
(参考)	東京	59.3	49.8	41.9	64.8	49.0	43.7
	大阪	49.9	32.9	25.1	50.6	25.1	31.1
	京都	47.1	30.3	19.8	41.6	25.7	34.7

※1：本レポートでは、三重県、和歌山県、奈良県にまたがる地域である紀伊半島内に位置する「熊野」および「高野山」も東海地域からの主な周遊先として分析し、「三重県」のデータに含めるものとする。
 ※2：回答は複数回答可。

訪日希望者の東海・長野エリアの訪問意向

- 東海・長野エリアへの訪問意向をみると、名古屋が14.4%と最も高く、次いで軽井沢（4.6%）、白川郷（4.0%）となっている。
- 名古屋への訪問意向を居住地別にみると、台湾が29.8%と最も高く、次いで香港（25.3%）、中国（22.0%）の順であり、東アジア圏からの訪問意向は高い。欧米からの訪問意向は5%未満と限定的である。
- 軽井沢への訪問意向を居住地別にみると、台湾では24.7%、香港では14.7%である一方、その他の国では約1～2%前後であり、2地域からの訪問意向が突出している。

都道府県	観光地	全体 (n=6,769)	アジア計 (n=4,724)	韓国 (n=604)	中国 (n=599)	台湾 (n=611)	香港 (n=600)	タイ (n=571)	シンガポール (n=546)	マレーシア (n=598)	インドネシア (n=595)
愛知県	名古屋	14.4	18.9	13.2	22.0	29.8	25.3	13.5	15.2	11.7	19.3
岐阜県	高山	2.6	2.9	1.2	2.5	3.3	3.8	3.5	3.5	2.2	3.4
	白川郷	4.0	5.1	1.5	1.7	7.0	15.0	4.6	4.2	4.3	2.5
静岡県（富士山を除く）	伊豆	2.9	3.6	0.7	4.7	9.7	7.8	2.1	1.6	1.0	0.8
三重県	伊勢志摩	1.4	1.7	1.0	0.7	4.3	2.7	1.4	1.1	1.0	1.0
	熊野	1.9	2.2	0.3	1.3	5.4	4.7	2.5	1.1	1.0	1.5
	高野山	2.8	2.8	0.3	2.0	3.3	2.7	3.5	2.2	3.8	4.5
長野県	軽井沢	4.6	6.0	1.0	1.5	24.7	14.7	2.1	0.4	1.0	1.5
	松本	2.5	2.9	0.7	3.8	4.4	3.5	4.9	2.2	1.7	1.8
	上高地	2.1	2.5	0.7	1.3	4.3	4.5	2.8	1.6	2.0	2.4
（参考）	東京	45.0	44.8	37.6	40.9	43.2	39.3	48.7	46.9	52.5	50.1
	大阪	32.4	37.1	36.9	24.7	43.2	34.5	44.3	37.7	36.6	38.8
	京都	30.1	34.3	29.0	31.2	44.4	33.3	40.5	34.2	28.1	34.1

都道府県	観光地	全体 (n=6,769)	欧米豪計 (n=2,045)	アメリカ (n=571)	オーストラリア (n=561)	イギリス (n=508)	フランス (n=405)
愛知県	名古屋	14.4	4.2	2.3	7.3	2.2	4.9
岐阜県	高山	2.6	1.9	2.5	2.1	1.2	1.5
	白川郷	4.0	1.3	1.1	1.6	1.6	0.7
静岡県（富士山を除く）	伊豆	2.9	1.3	1.6	0.9	1.2	1.7
三重県	伊勢志摩	1.4	0.7	0.7	0.9	0.2	1.0
	熊野	1.9	1.1	1.2	1.1	1.4	0.7
	高野山	2.8	2.9	4.0	2.5	2.6	2.5
長野県	軽井沢	4.6	1.3	2.1	1.1	0.6	1.5
	松本	2.5	1.5	1.4	2.3	1.2	0.7
	上高地	2.1	1.3	1.2	1.8	1.4	0.5
（参考）	東京	45.0	45.5	35.9	54.5	43.7	48.9
	大阪	32.4	21.5	12.4	34.6	14.4	24.9
	京都	30.1	20.4	12.4	26.2	15.0	30.6

※1：本レポートでは、三重県、和歌山県、奈良県にまたがる地域である紀伊半島内に位置する「熊野」および「高野山」も東海地域からの主な周遊先として分析し、「三重県」のデータに含めるものとする。

※2：回答は複数回答可。

直近の訪日旅行で訪問した地域（東海・長野エリア）

- 直近の訪日旅行で、東海4県または長野県を訪問した人のうち、2つ以上の観光地を周遊した人は下記のとおり。
- 名古屋を訪問した人の中で、13%が白川郷を、8%が高山を訪問しているが、伊勢志摩を訪問した人は2%未満である。
- 軽井沢を訪問した人の中で、12%がそれぞれ松本、上高地、名古屋も訪問している。
- 高山を訪問した人の中で44%が白川郷を、白川郷を訪問した人の中で35%が高山を訪問しており、周遊コースの1つとなっている。

	共訪率											
	Total	周遊者率	軽井沢	松本	上高地	名古屋	高山	白川郷	伊豆	高野山	伊勢志摩	熊野
n(Total)	3349		43	23	25	196	41	51	25	25	9	14
軽井沢	43	74%		12%	12%	12%	7%	7%	7%	7%	7%	7%
松本	23	83%	22%		26%	35%	17%	17%	22%	17%	13%	17%
上高地	25	88%	20%	24%		32%	28%	16%	12%	16%	12%	12%
名古屋	196	80%	3%	4%	4%		8%	13%	3%	4%	2%	4%
高山	41	90%	7%	10%	17%	39%		44%	7%	15%	7%	12%
白川郷	51	86%	6%	8%	8%	51%	35%		10%	14%	8%	12%
伊豆	25	92%	12%	20%	12%	20%	12%	20%		20%	16%	16%
高野山	25	72%	12%	16%	16%	28%	24%	28%	1%		12%	56%
伊勢志摩	9	89%	33%	33%	33%	33%	33%	44%	44%	33%		21%
熊野	14	93%	21%	29%	21%	50%	36%	43%	29%	36%	21%	

※1：「周遊者率」は、該当の観光地を訪問した回答者のうち、2地点以上の日本の観光地を周遊した回答者の割合。

※2：「共訪率」は、表左側記載の観光地を訪問した回答者のうち、上側記載の観光地を共訪した回答者の割合。

※3：直近の日本旅行で訪れた「観光地」について回答したものであり、通過者を除く。

※4：回答は複数回答可。

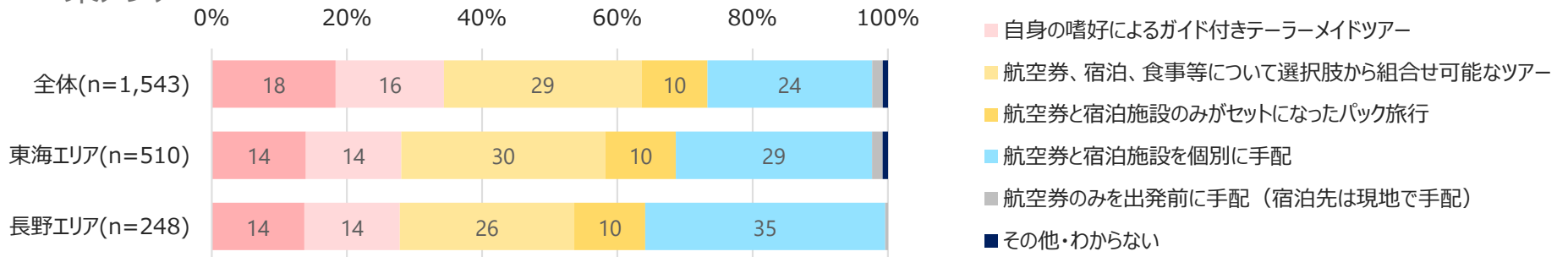
※5：n=30以下は参考値。

3. 分析結果③ 東海・長野エリアで希望する旅行形態、宿泊施設

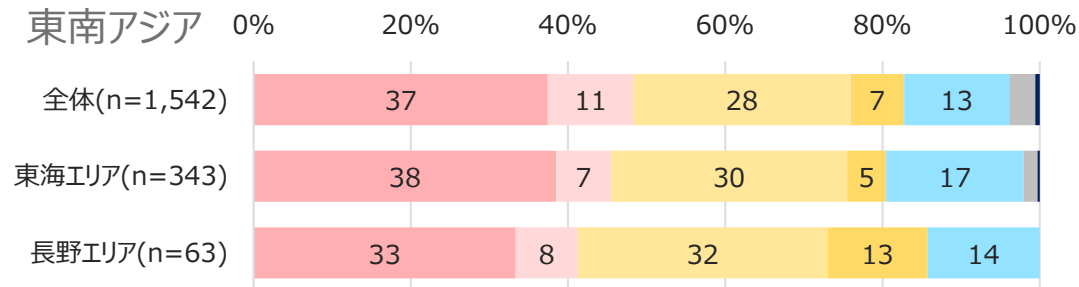
訪日希望者の希望する旅行形態

- 訪問希望者が希望する旅行形態を居住地別にみると東海エリアでは、東アジアからの訪問希望者は「航空券、宿泊、食事等について選択肢から組合せ可能なツアー」（30%）と「航空券と宿泊施設を個別に手配」（29%）が人気を二分しており、LCC等を利用した個別旅行の需要も高い。
- 東南アジアからの訪問希望者は「航空券と宿泊がセットのパック旅行に食事・観光が含まれるもの」（38%）、次いで「航空券と宿泊がセットのパック旅行」の人気の高い。
- 東アジアからの誘客については、東海・長野エリアともに個別旅行の需要が全国平均（24%）をやや上回っており、着地型旅行商品の造成や国内でのインバウンド向け情報発信が期待される。

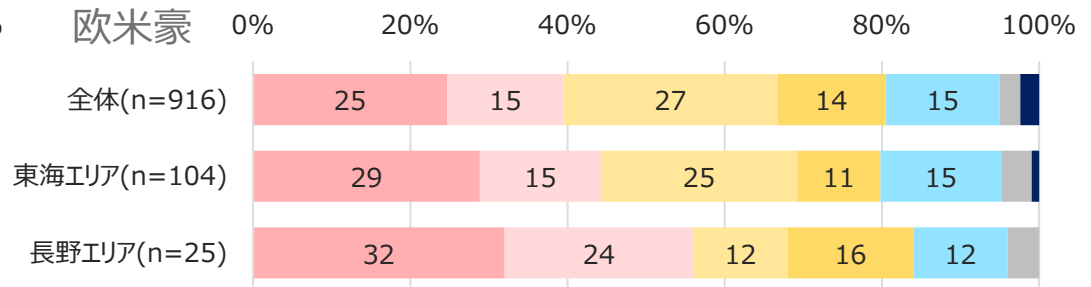
東アジア



東南アジア

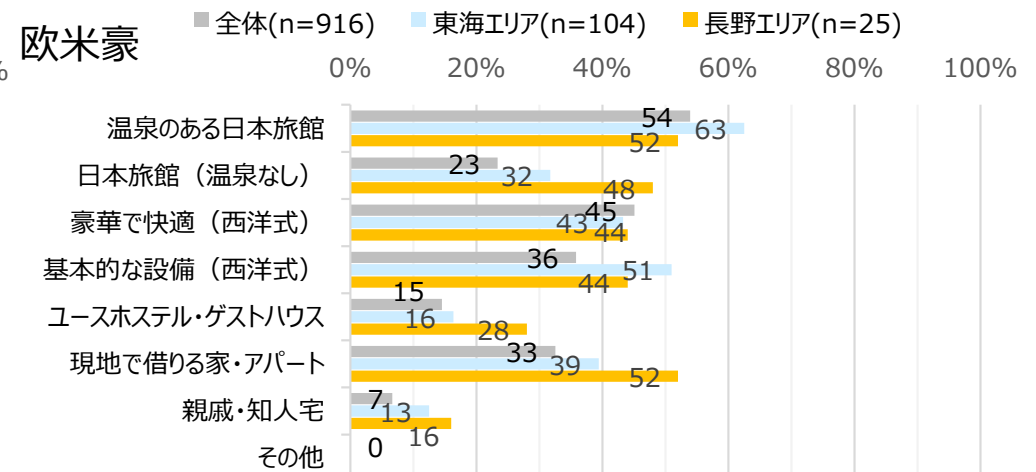
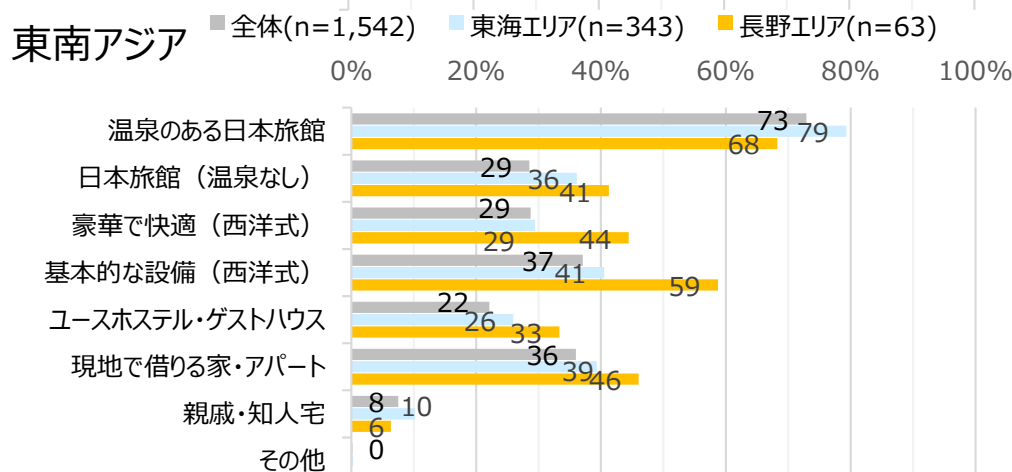
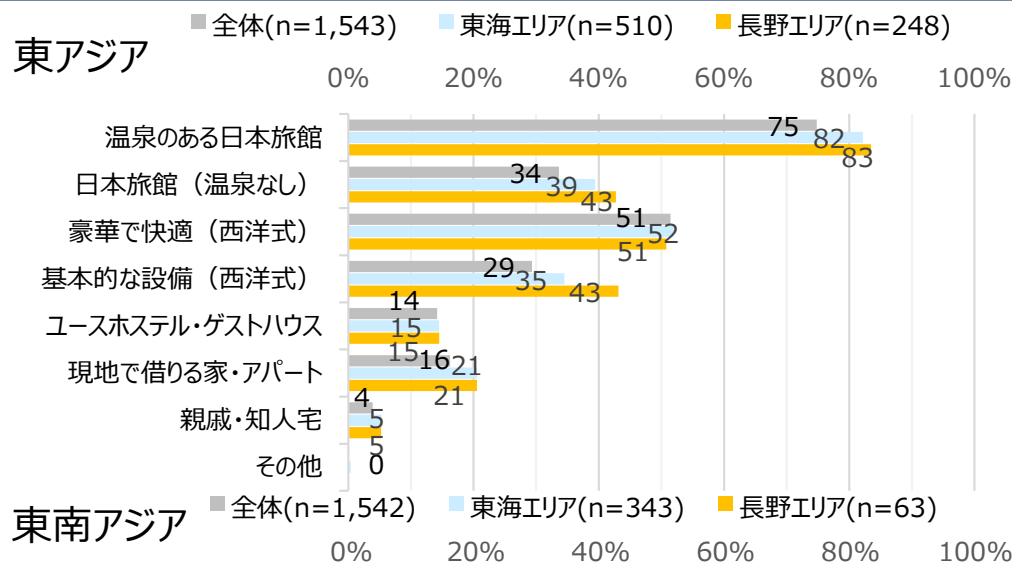


欧米豪



訪日希望者の希望する宿泊施設

- 東海エリアへの訪問希望者が希望する宿泊施設の形態について、東アジアでは「温泉のある日本旅館」（82%）が最も人気が高く、次いで「豪華で快適なホテル（西洋式）」、「日本旅館（温泉なし）」の順となっている。東南アジアでは「温泉のある日本旅館」（79%）の他、「現地の人から有料で借りる家・アパート」も約4割を占めている。
- 欧米豪でも「温泉のある日本旅館」は半数を超えるが、アジア地域と比べると希望割合は低い。多言語対応の充実や、泊食分離等による選択の自由度向上、旅館ならではの体験プログラムの提供等が期待される。

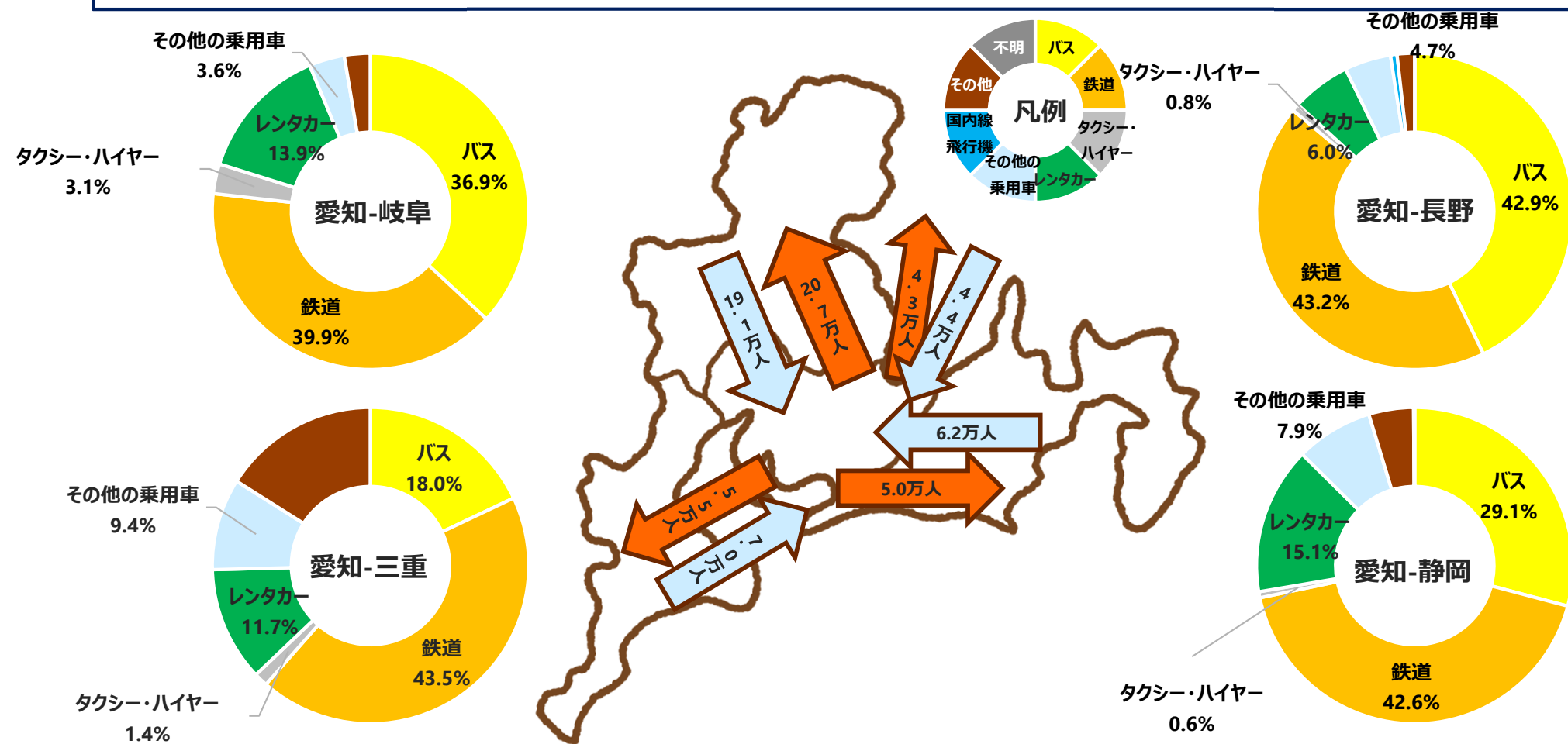


※回答は複数回答可。

3. 分析結果④ 東海・長野エリアのインバウンド観光客の周遊の特徴と課題

東海・長野エリアのインバウンド観光客の周遊と交通手段（愛知県）

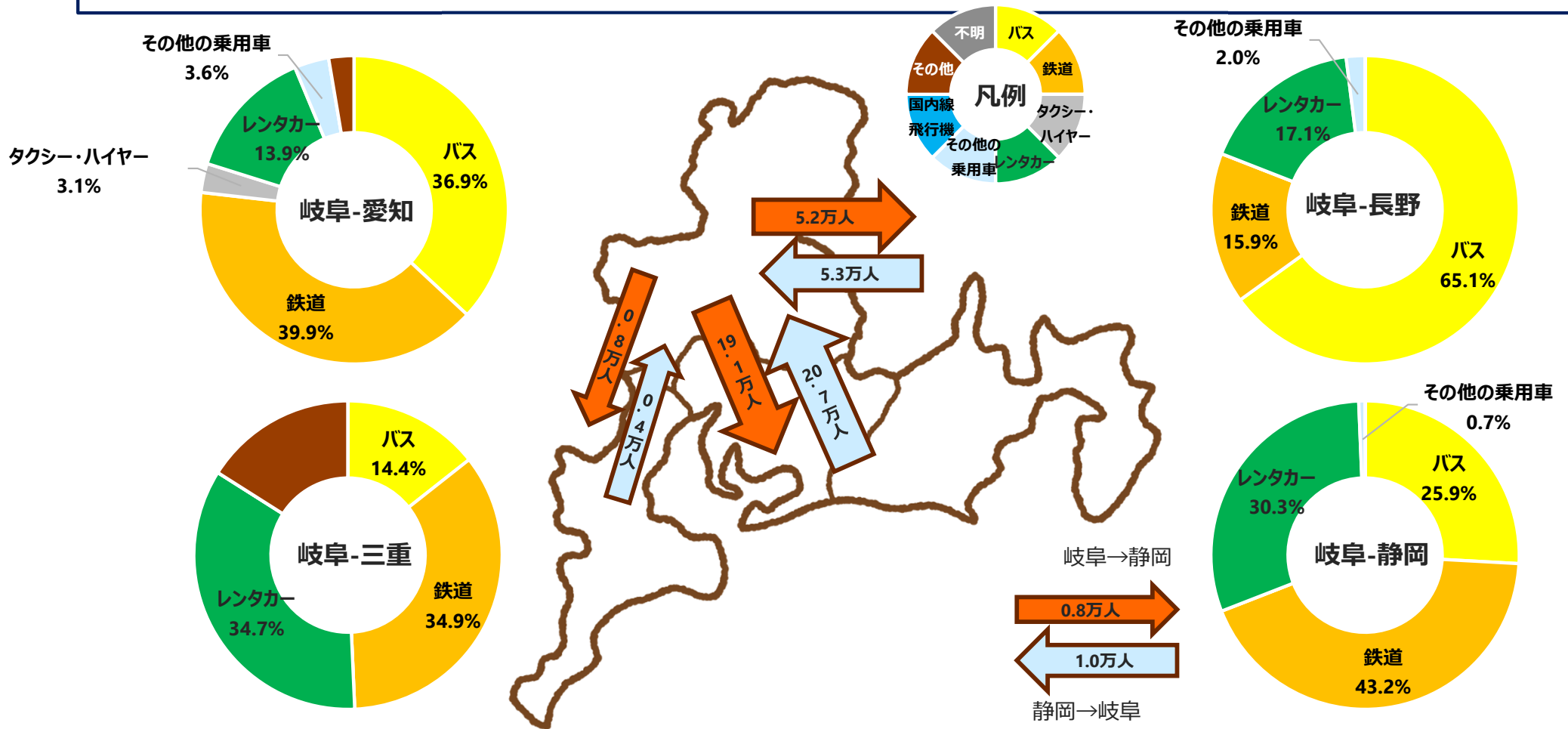
- 愛知県と東海・長野エリア間の移動で最も利用されている交通手段は鉄道であり、いずれの県でも約4割となっている。次いで、バスがよく利用されている。バスの利用率は区間によって異なり、愛知⇄長野間では鉄道と同程度の4割超を占めるが、愛知⇄三重間では2割未満に留まっており、1割程度はそれぞれレンタカーやその他乗用車を利用している。
- 愛知県と東海・長野エリア間の移動量については、岐阜⇒愛知間を除いた、三重、静岡、長野⇒愛知間で入境（流入）が出境（流出）を上回っている。



※都道府県間流動は訪問地ベースで集計（空海港は含まない）。

東海・長野エリアのインバウンド観光客の周遊と交通手段（岐阜県）

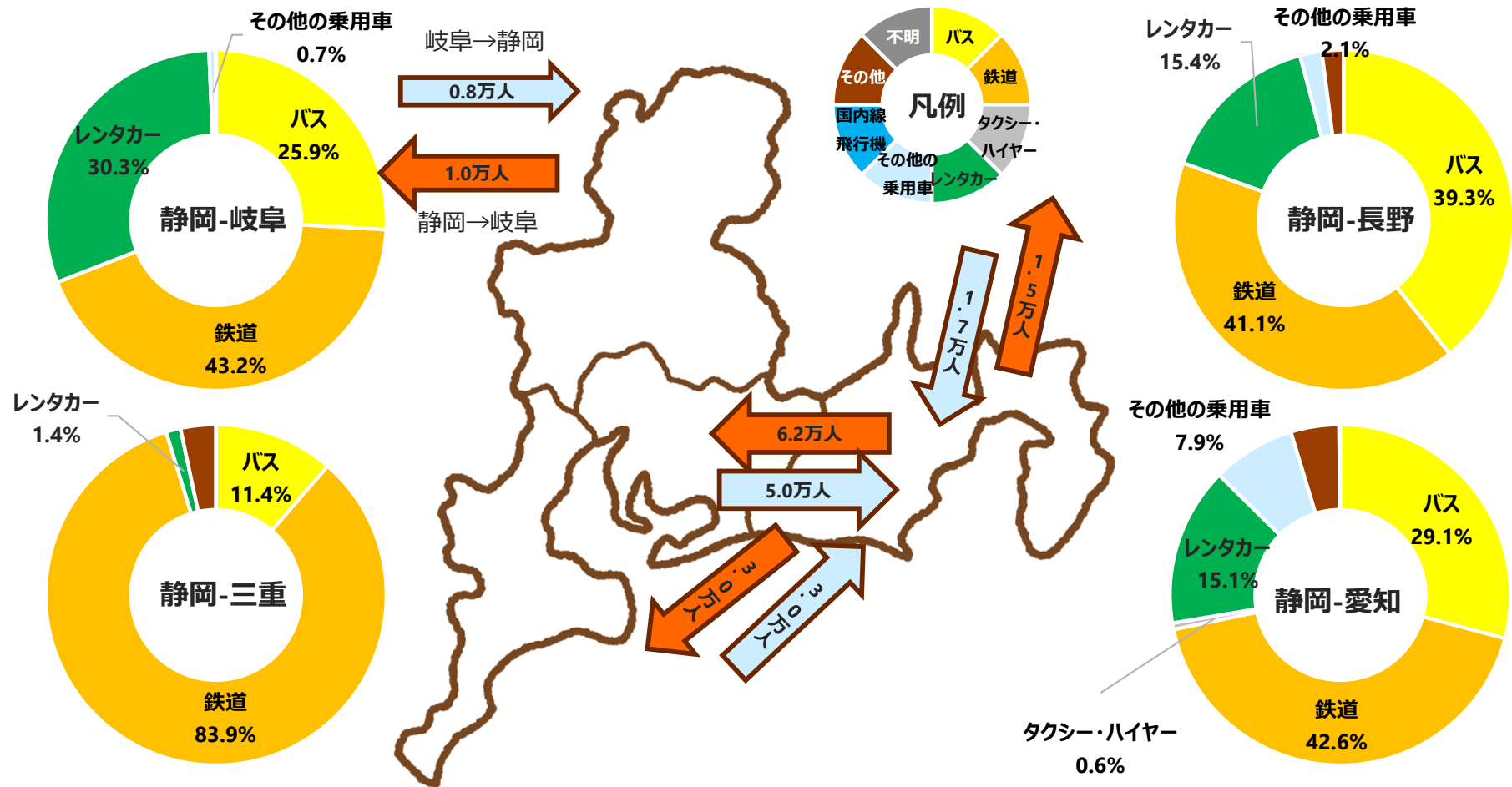
- 岐阜県と東海・長野エリア間の移動で最も利用されている交通手段は区間により異なり、岐阜⇄静岡、愛知、三重では鉄道が、岐阜⇄長野間ではバスとなっている。他県発着の区間と比べ、岐阜発着ではいずれの区間でもレンタカーの利用が一定数みられ、公共交通機関の路線やスケジュールの影響を受けにくい自由度の高い移動が好まれている可能性がある。
- 岐阜県と東海・長野エリア間の移動量については、三重⇒岐阜間を除いた、愛知、静岡、長野⇒岐阜間で入境（流入）が出境（流出）をやや上回っている。



※都道府県間流動は訪問地ベースで集計（空海港は含まない）。

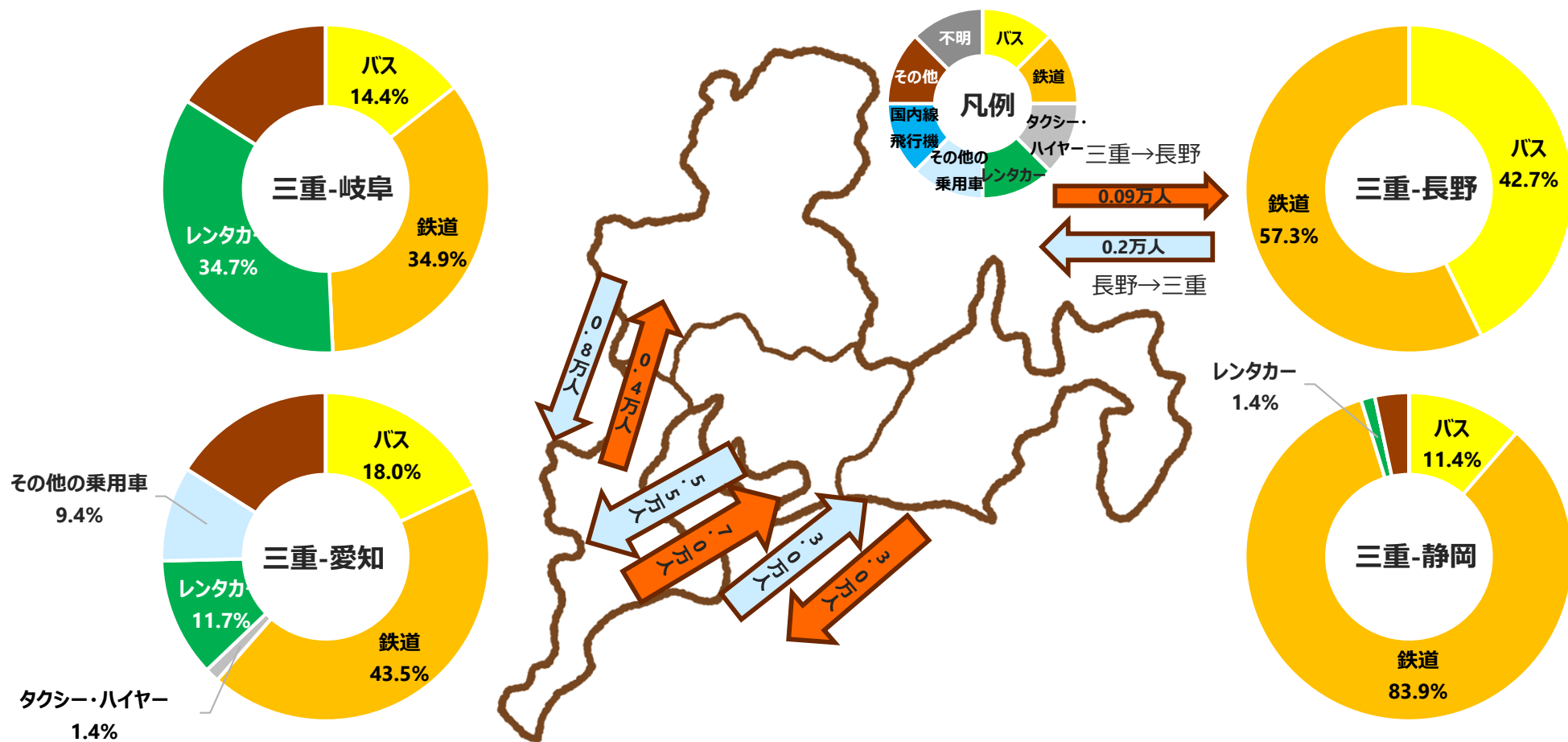
東海・長野エリアのインバウンド観光客の周遊と交通手段（静岡県）

- 静岡県と東海・長野エリア間の移動で最も利用されている交通手段は鉄道であり、いずれの県でも4割超となっている。特に静岡⇄三重間の移動では8割以上が鉄道を利用しており、その他の交通手段は限定的である。次いで、バスがよく利用されている。
- 静岡⇄岐阜間の移動はレンタカーの利用が3割を占めており、公共交通の利便性の問題や複数観光地を効率的に回るにあたって、レンタカーの利用も一定程度定着しているものと見込まれる。



東海・長野エリアのインバウンド観光客の周遊と交通手段（三重県）

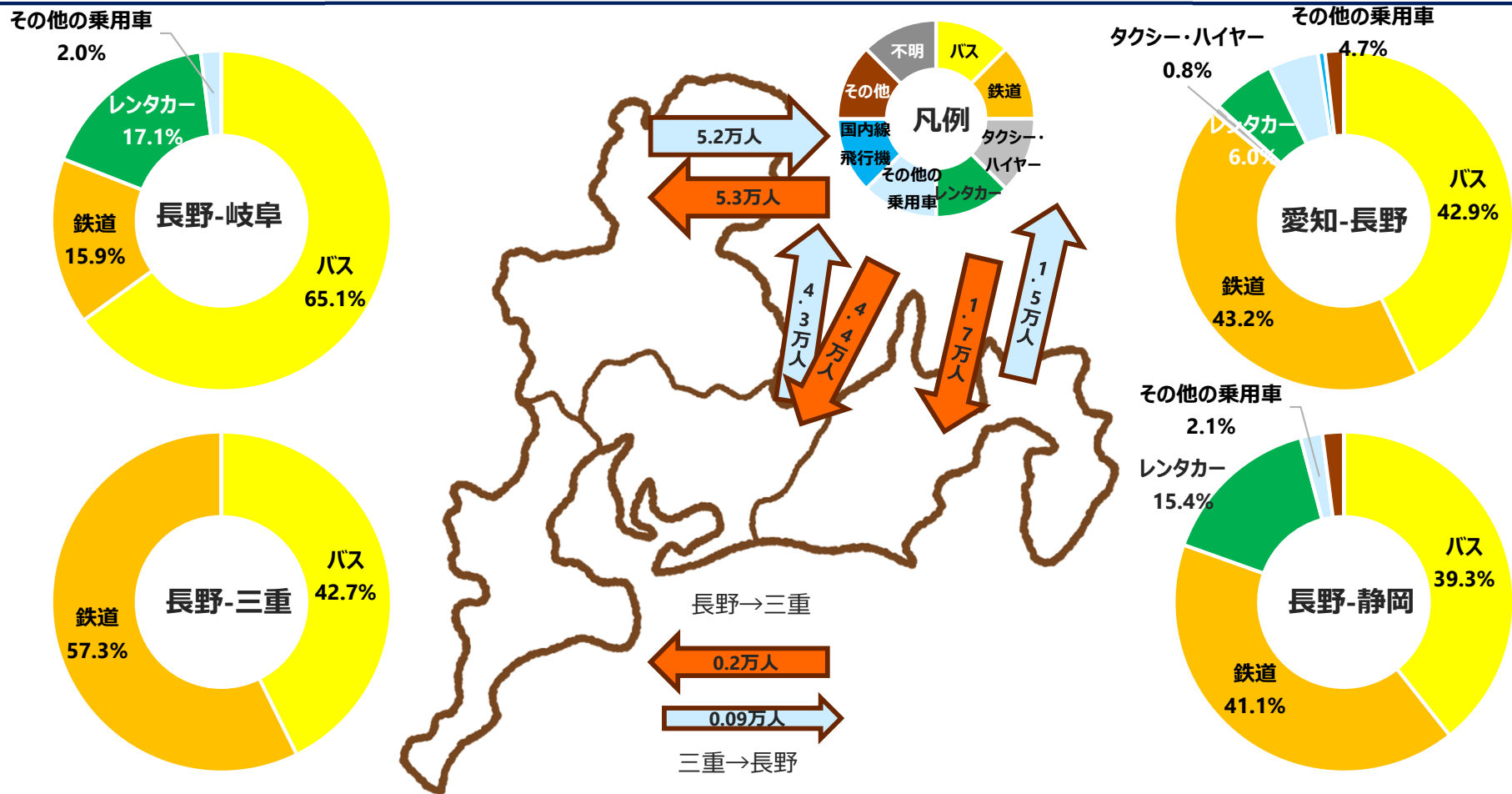
- 三重県と東海・長野エリア間の移動で最も利用されている交通手段はいずれの県でも鉄道であるが、区間によりその割合は異なる。三重⇄岐阜間の移動では鉄道とレンタカーはいずれも35%と同程度である一方、三重⇄静岡間の移動では鉄道が8割超と大部分を占めている。
- 三重県と東海・長野エリア間の移動量については、岐阜、長野⇒三重間で入境（流入）が出境（流出）をやや上回っているが、愛知からは入境の方が少なく、三重⇄静岡間は入境と出境が同程度である。



※都道府県間流動は訪問地ベースで集計（空海港は含まない）。

東海・長野エリアのインバウンド観光客の周遊と交通手段（長野県）

- 長野県と東海エリア間の移動でよく利用されている交通手段は鉄道とバスであり、いずれの県でも2つで全体の8割超となっている。長野⇄岐阜間の移動では65%以上がバスを利用しており、鉄道よりもレンタカーの利用者が多いことが特徴的である。
- 長野⇄三重間の移動は鉄道とバスのみとなっており、レンタカーやタクシーの利用は稀なケースと推測される。
- 長野県と東海エリア間の移動量について静岡、三重、愛知、岐阜⇒長野間のいずれの区間でも入境（流入）が出境（流出）をやや下回っている。



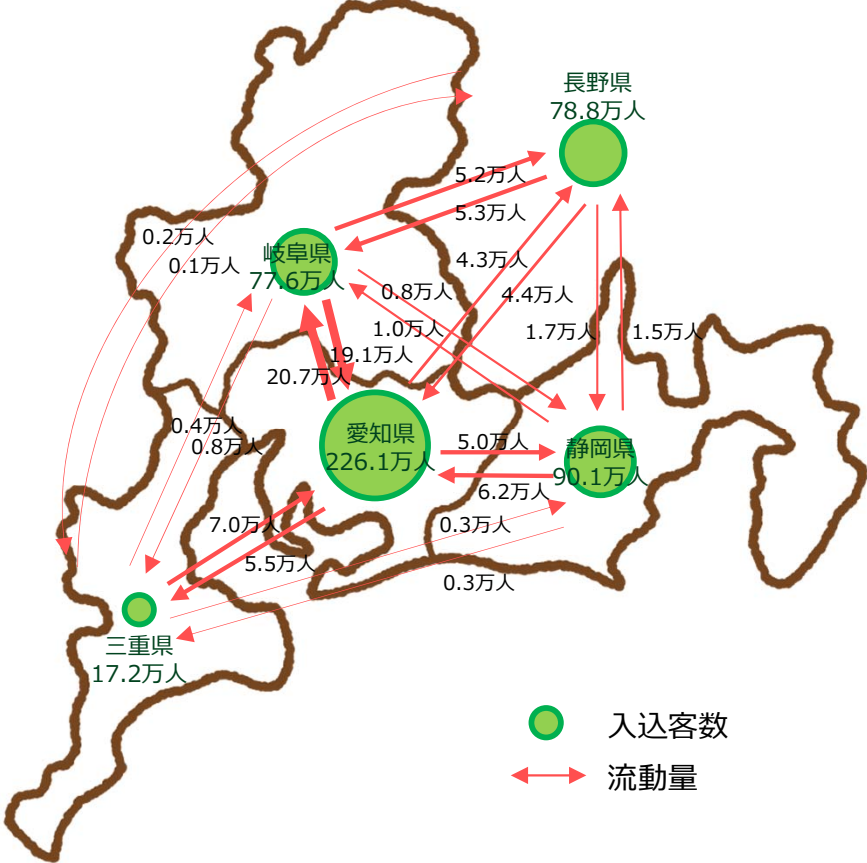
東海・長野エリアのインバウンド観光客の周遊（まとめ）

- 東海・長野エリアにおいては、愛知県が域内移動の結節点（ハブ）となり、各県との往来が行われている。
- 愛知県との往来が最も多いのは岐阜県であり、岐阜県と長野県の間往来も比較的多いことから、愛知⇄岐阜⇄長野を周遊するケースも多くみられるものと推測される。
- 静岡県と長野県は東京都との往来が盛んであり、三重県は愛知県に次いで大阪府・京都府との往来が多くなっている。
- 域内周遊の拡大に向け、愛知県における交通・宿泊・情報発信・商品造成といった取組みが、愛知県を起点とした観光の高度化・多様化にとって重要となる。

都道府県間流動量

着 発	Total	愛知県	岐阜県	静岡県	三重県	長野県	(参考) 東京都	(参考) 大阪府	(参考) 京都府
n(Total)	99,225,100	2,261,729	775,509	901,375	172,444	788,146	25,326,411	17,028,641	6,806,555
愛知県	2,175,400		206,702	50,219	54,887	42,604	184,300	168,574	134,003
岐阜県	775,501	190,985		7,718	8,338	52,341	67,600	50,667	75,972
静岡県	899,987	61,616	10,154		3,023	14,761	325,562	44,691	57,255
三重県	172,451	70,426	3,549	2,965		938	10,173	29,236	8,992
長野県	788,128	44,362	53,136	17,372	2,052		225,138	24,319	40,395
(参考) 東京都	25,324,835	207,436	73,645	371,759	9,539	263,797		1,146,477	1,280,483
(参考) 大阪府	16,543,267	159,623	45,607	40,794	23,962	21,622	897,414		3,738,769
(参考) 京都府	6,806,538	117,550	55,459	45,903	11,332	24,239	862,438	3,386,772	

入込客数と域内流動量



※都道府県間流動は訪問地ベースで集計（空海港は含まない）。

出典 国土交通省「FF-Data（訪日外国人流動データ）2023」より
DBJ東海支店作成

認知度と訪問意向の向上に向けて

- 知っている観光地（認知度）と行ってみたい観光地（訪問意欲）には一定の相関関係があるが、居住地および観光地により差が生じている。
- 下表は、東海・長野エリアを認知している回答者の中で、同エリアの訪問意向がある回答者の割合である。韓国居住者は他の国・地域と比較して、認知はしていても、同エリアの訪問意向が低めである。一方、台湾、タイ、インドネシアは観光地が認知されれば、訪問意向へ繋がりやすい傾向がみられたため、特に地方部では「知ってもらう」ための取り組みが重要である。
- 白川郷を認知している回答者は、アジア・欧米豪の各国・地域のいずれでも、訪問意向が高い傾向があり、認知度の向上を図ることで、訪問希望者増加の効果が特に出やすい観光地と推測され、認知度向上に向けた活動を他観光地以上に実施していくことが期待される。

都道府県	観光地	全体 (n=6,769)	アジア計 (n=4,724)	韓国 (n=604)	中国 (n=599)	台湾 (n=611)	香港 (n=600)	タイ (n=571)	シンガポール (n=546)	マレーシア (n=598)	インドネシア (n=595)
愛知県	名古屋	40.8%	42.1%	27.4%	58.1%	48.4%	44.3%	36.5%	39.9%	33.2%	46.2%
岐阜県	高山	29.5%	29.5%	16.3%	35.7%	32.8%	20.5%	38.5%	41.3%	26.5%	33.3%
	白川郷	49.4%	51.2%	42.9%	38.5%	53.8%	49.5%	51.0%	48.9%	61.9%	62.5%
静岡県（富士山を除く）	伊豆	29.9%	29.3%	23.5%	34.1%	28.8%	23.5%	57.1%	31.0%	35.3%	50.0%
三重県	伊勢志摩	33.3%	32.5%	40.0%	25.0%	32.5%	23.2%	50.0%	40.0%	42.9%	40.0%
	熊野	28.4%	27.5%	11.1%	23.5%	24.8%	25.7%	46.7%	22.2%	40.0%	47.4%
	高野山	38.6%	35.0%	13.3%	35.3%	32.3%	23.5%	40.0%	35.3%	52.3%	38.6%
長野県	軽井沢	42.1%	41.1%	40.0%	39.1%	48.7%	36.7%	44.4%	6.2%	33.3%	39.1%
	松本	26.6%	26.9%	7.3%	30.3%	42.9%	19.1%	35.0%	30.8%	26.3%	24.4%
	上高地	38.3%	39.7%	18.2%	29.6%	51.0%	38.0%	44.4%	40.9%	42.9%	40.0%
都道府県	観光地	全体 (n=6,769)	欧米豪計 (n=2,045)	アメリカ (n=571)	オーストラリア (n=561)	イギリス (n=508)	フランス (n=405)				
愛知県	名古屋	40.8%	31.0%	30.2%	38.0%	23.9%	26.0%				
岐阜県	高山	29.5%	29.7%	43.7%	30.0%	18.2%	26.1%				
	白川郷	49.4%	37.1%	33.3%	32.1%	50.0%	37.5%				
静岡県（富士山を除く）	伊豆	29.9%	34.6%	60.0%	20.0%	26.1%	46.7%				
三重県	伊勢志摩	33.3%	38.9%	30.8%	62.5%	14.3%	50.0%				
	熊野	28.4%	33.3%	35.0%	28.6%	38.9%	30.0%				
	高野山	38.6%	50.0%	59.0%	43.7%	39.4%	62.5%				
長野県	軽井沢	42.1%	56.2%	100.0%	46.2%	25.0%	54.5%				
	松本	26.6%	25.6%	25.0%	31.7%	25.0%	15.0%				
	上高地	38.3%	32.9%	31.8%	31.2%	46.7%	20.0%				

※1：本レポートでは、三重県、和歌山県、奈良県にまたがる地域である紀伊半島内に位置する「熊野」および「高野山」も東海地域からの主な周遊先として分析し、「三重県」のデータに含めるものとする。

※2：回答は複数回答可。

【参考資料】 東海・長野エリアでの体験希望、体験経験

訪日旅行で体験したいこと、直近の訪日旅行体験したこと 愛知県（名古屋）

- 訪日旅行で体験したいことは、全体・東アジア・欧米豪では1位は「自然や風景の見物」であり、東南アジアでも僅差の2位と最も人気のある体験となっている。
- 居住地別にみると、東アジアや東南アジアでは「伝統的日本料理」が上位となっており、「食」が訴求力の高い地域観光資源と推察される。温暖な地域が多い東南アジアでは「紅葉の鑑賞」や「雪景色鑑賞」（6位、52%）も半数以上が希望し、人気がある体験である。一方、欧米豪では「食」以上に、自然・庭園・史跡等の見学、イベント・祭りの見物などへの興味・関心が高い。
- 桜の鑑賞はいずれの国でも人気があるが、体験できる時期が非常に短いために実際に体験した回答者は限定的である。東南アジアでは「伝統的日本料理」の体験希望が多い（65%）が、実際に体験した回答者は18%に留まっている。

体験したいこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=675)		(n=388)		(n=238)		(n=49)	
1	自然や風景の見物	65%	自然や風景の見物	66%	伝統的日本料理	65%	自然や風景の見物	65%
2	伝統的日本料理	62%	桜の観賞	61%	自然や風景の見物	64%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	61%
3	桜の観賞	62%	伝統的日本料理	61%	桜の観賞	63%	日本庭園の見物	61%
4	温泉への入浴	52%	温泉への入浴	55%	紅葉の観賞	57%	イベント・祭りの見物	61%
5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	49%	食品や飲料のショッピング	48%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	54%	桜の観賞	57%

体験したこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=196)		(n=111)		(n=66)		(n=19)	
1	自然や風景の見物	50%	自然や風景の見物	54%	自然や風景の見物	45%	自然や風景の見物	42%
2	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	31%	温泉への入浴	36%	紅葉の観賞	36%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	32%
3	温泉への入浴	29%	伝統的日本料理	30%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	35%	日本庭園の見物	32%
4	伝統的日本料理	25%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	29%	雪景色観賞	33%	繁華街の街歩き	26%
5	雪景色観賞	23%	遊園地やテーマパーク	26%	桜の観賞	30%	日本文化の体験	26%

※1：回答は複数回答可。
※2：n=30以下は参考値。

訪日旅行で体験したいこと、直近の訪日旅行体験したこと 岐阜県（高山）

- 訪日旅行で体験したいことは、「自然や風景の見物」、「伝統的日本料理」を6割以上が選好している。
- 全体、東アジア、東南アジア、欧米豪共に、「世界遺産の見物」や「史跡や歴史的建築物」への関心を持つ人の割合が相対的に他の観光地よりも高い。
- 「伝統的日本料理」の体験希望者は多い（60%）が、実際に体験した回答者は1割程度と限定的である。

体験したいこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=114)		(n=51)		(n=47)		(n=16)	
1	自然や風景の見物	60%	自然や風景の見物	65%	世界遺産の見物	64%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	56%
2	伝統的日本料理	60%	伝統的日本料理	63%	桜の観賞	62%	世界遺産の見物	50%
3	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	59%	雪景色観賞	57%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	62%	伝統的日本料理	50%
4	世界遺産の見物	58%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	57%	自然や風景の見物	60%	自然や風景の見物	44%
5	桜の観賞	54%	紅葉の観賞	55%	伝統的日本料理	60%	日本庭園の見物	44%
5			世界遺産の見物	55%			伝統工芸品に関する体験	44%

体験したこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=41)		(n=11)		(n=18)		(n=12)	
1	自然や風景の見物	46%	自然や風景の見物	64%	自然や風景の見物	44%	日本庭園の見物	42%
2	世界遺産の見物	37%	世界遺産の見物	45%	雪景色観賞	39%	繁華街の街歩き	42%
3	雪景色観賞	32%	雪景色観賞	36%	桜の観賞	39%	自然や風景の見物	33%
4	日本庭園の見物	32%	化粧品や医薬品の購入	36%	世界遺産の見物	39%	桜の観賞	33%
5	桜の観賞	27%	食品や飲料のショッピング	36%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	33%	伝統工芸品に関する体験	33%
5	繁華街の街歩き	27%			日本庭園の見物	33%		

※1：回答は複数回答可。
※2：n=30以下は参考値。

訪日旅行で体験したいこと、直近の訪日旅行体験したこと 岐阜県（白川郷）

- 訪日旅行で体験したいことは、「自然や風景の見物」、「桜の鑑賞」、「伝統的日本料理」を約 7 割が希望している。
- 世界遺産や史跡は人気があるが、東アジアからの訪問者については桜や紅葉など自然鑑賞への関心度が高い。
- 桜の鑑賞はいずれの国でも人気があるが、体験できる時期が非常に短いために実際に体験した回答者は東南アジアを除き限定的である。また、「伝統的日本料理」も東アジアを除き、実際に体験した回答者は0～1割程度に留まっている。

体験したいこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=194)		(n=125)		(n=58)		(n=11)	
1	自然や風景の見物	73%	自然や風景の見物	75%	自然や風景の見物	74%	日本庭園の見物	73%
2	桜の観賞	68%	桜の観賞	71%	伝統的日本料理	72%	雪景色観賞	55%
3	伝統的日本料理	66%	紅葉の観賞	68%	世界遺産の見物	66%	桜の観賞	55%
4	紅葉の観賞	64%	伝統的日本料理	65%	桜の観賞	64%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	55%
5	雪景色観賞	62%	食品や飲料のショッピング	65%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	64%	温泉への入浴	55%
5							伝統的日本料理	55%

体験したこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=51)		(n=19)		(n=24)		(n=8)	
1	自然や風景の見物	59%	自然や風景の見物	68%	自然や風景の見物	54%	自然や風景の見物	50%
2	世界遺産の見物	31%	温泉への入浴	42%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	38%	繁華街の街歩き	50%
3	日本庭園の見物	29%	食品や飲料のショッピング	42%	世界遺産の見物	38%	日本庭園の見物	38%
4	繁華街の街歩き	29%	伝統的日本料理	37%	雪景色観賞	33%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	25%
5	雪景色観賞	27%	雪景色観賞	26%	桜の観賞	33%	世界遺産の見物	25%
5			日本庭園の見物	26%	繁華街の街歩き	33%	スポーツ観戦	25%
5			世界遺産の見物	26%			現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	25%
5			遊園地やテーマパーク	26%				
5			化粧品や医薬品の購入	26%				

※1：回答は複数回答可。
※2：n=30以下は参考値。

訪日旅行で体験したいこと、直近の訪日旅行体験したこと 静岡県（伊豆）

- 訪日旅行で体験したいことは、全体では「自然や風景の見物」（75%）が最も人気が高く、「桜の鑑賞」や「伝統的日本料理」も6割以上が選好している。
- 居住地別にみると、東アジアは「温泉への入浴」（58%）が人気のある体験の1つであるが、東南アジアや欧米豪ではそれを下回っている。東南アジアで「桜の鑑賞」が8割超、「紅葉の鑑賞」が7割超と四季の自然鑑賞の人気が高い。
- 欧米豪では、他の国・地域と比べて日本庭園の見物や伝統工芸品に関する体験等への興味・関心が高い。

体験したいこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=135)		(n=107)		(n=18)		(n=10)	
1	自然や風景の見物	75%	自然や風景の見物	78%	桜の観賞	83%	日本庭園の見物	70%
2	桜の観賞	66%	桜の観賞	64%	イベント・祭りの見物	78%	伝統的日本料理	70%
3	伝統的日本料理	62%	雪景色観賞	61%	紅葉の観賞	72%	自然や風景の見物	60%
4	雪景色観賞	59%	伝統的日本料理	61%	自然や風景の見物	67%	伝統工芸品に関する体験	60%
5	紅葉の観賞	55%	温泉への入浴	58%	雪景色観賞	67%	桜の観賞	50%
5	温泉への入浴	55%			有名な史跡や歴史的な建築物の見物	67%	食品や飲料のショッピング	50%
5					世界遺産の見物	67%		
5					伝統的日本料理	67%		

体験したこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=25)		(n=14)		(n=9)		(n=2)	
1	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	48%	自然や風景の見物	50%	自然や風景の見物	44%	雪景色観賞	50%
2	自然や風景の見物	44%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	50%	雪景色観賞	44%	紅葉の観賞	50%
3	伝統的日本料理	36%	温泉への入浴	43%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	44%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	50%
4	温泉への入浴	32%	伝統的日本料理	43%	紅葉の観賞	33%	日本庭園の見物	50%
5	世界遺産の見物	28%	世界遺産の見物	36%	日本庭園の見物	33%	伝統工芸品に関する体験	50%
5					ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	33%	イベント・祭りの見物	50%
5					伝統的日本料理	33%	スポーツ観戦	50%
5							山のアクティビティ	50%

※1：回答は複数回答可。
※2：n=30以下は参考値。

訪日旅行で体験したいこと、直近の訪日旅行体験したこと 三重県（熊野）

- 訪日旅行で体験したいことは、全体では「桜の鑑賞」（64％）が最も人気が高く、「伝統的日本料理」や「自然や風景の見物」も6割以上が選好している。
- 居住地別にみると、東アジアは「温泉への入浴」（65％）が人気のある体験の1つであるが、東南アジアや欧米豪では2割強に留まっている。東南アジアでは「ドラマや映画のロケ地、アニメの舞台の見物」を42％が希望している。

体験したいこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=83)		(n=55)		(n=19)		(n=9)	
1	桜の観賞	64%	自然や風景の見物	75%	桜の観賞	63%	日本庭園の見物	78%
2	伝統的日本料理	64%	伝統的日本料理	73%	紅葉の観賞	58%	自然や風景の見物	56%
3	自然や風景の見物	61%	雪景色観賞	67%	世界遺産の見物	58%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	56%
4	雪景色観賞	57%	桜の観賞	67%	伝統的日本料理	53%	イベント・祭りの見物	56%
5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	57%	温泉への入浴	65%	雪景色観賞	42%	桜の観賞	44%
5					有名な史跡や歴史的な建築物の見物	42%	伝統工芸品に関する体験	44%
5					日本庭園の見物	42%	世界遺産の見物	44%
5					ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	42%	スポーツ観戦	44%
5					伝統工芸品に関する体験	42%		

体験したこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=14)		(n=6)		(n=6)		(n=2)	
1	日本庭園の見物	43%	自然や風景の見物	33%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	67%	伝統工芸品に関する体験	100%
2	自然や風景の見物	36%	日本庭園の見物	33%	紅葉の観賞	50%	自然や風景の見物	50%
3	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	36%	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	33%	日本庭園の見物	50%	桜の観賞	50%
4	イベント・祭りの見物	36%	イベント・祭りの見物	33%	イベント・祭りの見物	50%	紅葉の観賞	50%
5	紅葉の観賞	29%	スポーツ観戦	33%	自然や風景の見物	33%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	50%
5	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	29%	遊園地やテーマパーク	33%	雪景色観賞	33%	日本庭園の見物	50%
5	伝統工芸品に関する体験	29%	化粧品や医薬品の購入	33%	桜の観賞	33%	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	50%
5	スポーツ観戦	29%			近代的／先進的な建築物の見物	33%	フルーツ狩り	50%
5					伝統工芸品に関する体験	33%	医療体験	50%
5					スポーツ観戦	33%		

※1：回答は複数回答可。
※2：n=30以下は参考値。

訪日旅行で体験したいこと、直近の訪日旅行体験したこと 三重県（伊勢志摩）

- 訪日旅行で体験したいことは、全体では「自然や風景の見物」（69％）が最も人気が高く、「桜の鑑賞」も6割以上が選好している。
- 居住地別にみると、東アジアは「食品や飲料のショッピング」（68％）が人気のある体験の1つであるが、東南アジア（29％）や欧米豪（17％）での希望は限定的である。

体験したいこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=58)		(n=38)		(n=14)		(n=6)	
1	自然や風景の見物	69%	自然や風景の見物	74%	日本庭園の見物	64%	自然や風景の見物	67%
2	桜の観賞	66%	桜の観賞	68%	自然や風景の見物	57%	桜の観賞	67%
3	日本庭園の見物	59%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	68%	桜の観賞	57%	日本庭園の見物	67%
4	イベント・祭りの見物	59%	食品や飲料のショッピング	68%	世界遺産の見物	57%	美術館や博物館の鑑賞	67%
5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	57%	イベント・祭りの見物	63%	イベント・祭りの見物	57%	近代的／先進的な建築物の見物	50%
5					自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	57%	ドラマや映画のロケ地アニメの舞台の見物	50%
5							伝統芸能鑑賞	50%
5							日本文化の体験	50%
5							伝統的日本料理	50%
5							化粧品や医薬品の購入	50%

体験したこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=9)		(n=1)		(n=7)		(n=1)	
1	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	56%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	100%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	57%	日本庭園の見物	100%
2	日本庭園の見物	44%	伝統工芸品に関する体験	100%	近代的／先進的な建築物の見物	57%	ドラマや映画のロケ地アニメの舞台の見物	100%
3	近代的／先進的な建築物の見物	44%	世界遺産の見物	100%	日本庭園の見物	43%	スポーツ観戦	100%
4	世界遺産の見物	44%			世界遺産の見物	43%		
5	ドラマや映画のロケ地アニメの舞台の見物	33%			雪景色観賞	29%		
5	伝統工芸品に関する体験	33%			桜の観賞	29%		
5					紅葉の観賞	29%		
5					ドラマや映画のロケ地アニメの舞台の見物	29%		
5					伝統工芸品に関する体験	29%		
5					イベント・祭りの見物	29%		

※1：回答は複数回答可。
※2：n=30以下は参考値。

訪日旅行で体験したいこと、直近の訪日旅行体験したこと 和歌山県（高野山）

- 訪日旅行で体験したいことは、全体では「桜の鑑賞」や「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」が68%と最も人気が高く、「自然や風景の見物」も約7割が選好している。
- 居住地別にみると、東アジアは「食品や飲料のショッピング」（64%）や「スイーツ」（53%）が人気のある体験となっている。東南アジアは桜や紅葉などの自然鑑賞と史跡・世界遺産の見物が主である。
- 欧米豪では日本庭園の見物や伝統工芸品に関する体験等への興味・関心が他の国・地域と比較して1割以上高い。

体験したいこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=115)		(n=36)		(n=51)		(n=28)	
1	桜の観賞	68%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	75%	自然や風景の見物	69%	日本庭園の見物	75%
2	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	68%	自然や風景の見物	69%	桜の観賞	69%	桜の観賞	68%
3	自然や風景の見物	67%	雪景色観賞	67%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	67%	伝統的日本料理	64%
4	伝統的日本料理	62%	桜の観賞	67%	世界遺産の見物	67%	自然や風景の見物	61%
5	世界遺産の見物	61%	食品や飲料のショッピング	64%	紅葉の観賞	65%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	61%
5							伝統工芸品に関する体験	61%

体験したこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=25)		(n=5)		(n=17)		(n=3)	
1	雪景色観賞	44%	雪景色観賞	40%	雪景色観賞	53%	自然や風景の見物	67%
2	自然や風景の見物	40%	紅葉の観賞	40%	自然や風景の見物	41%	日本庭園の見物	67%
3	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	40%	日本庭園の見物	40%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	41%	桜の観賞	33%
4	日本庭園の見物	36%	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	40%	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	41%	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	33%
5	桜の観賞	28%	自然や風景の見物	20%	桜の観賞	35%	伝統工芸品に関する体験	33%
5	紅葉の観賞	28%	近代的／先進的な建築物の見物	20%	イベント・祭りの見物	35%	世界遺産の見物	33%
5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	28%	世界遺産の見物	20%			スポーツ観戦	33%
5	イベント・祭りの見物	28%	イベント・祭りの見物	20%			美術館や博物館の鑑賞	33%
5			伝統芸能鑑賞	20%			繁華街の街歩き	33%
5			温泉への入浴	20%			温泉への入浴	33%

※1：回答は複数回答可。
※2：n=30以下は参考値。

訪日旅行で体験したいこと、直近の訪日旅行体験したこと 長野県（軽井沢）

- 訪日旅行で体験したいことは、全体では「自然や風景の見物」が70%と最も高く、「桜の鑑賞」も65%が選好している。
- 居住地別にみると、東アジアは「温泉への入浴」（58%）や「食品や飲料のショッピング」（57%）が人気のある体験となっている。東南アジアは世界遺産の見物やイベント・祭りの見物が7割超となっており、東アジア（45%）や欧米豪（56%）と比べ、人気の高いコンテンツとなっている。

体験したいこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=223)		(n=200)		(n=14)		(n=9)	
1	自然や風景の見物	70%	自然や風景の見物	72%	世界遺産の見物	79%	日本庭園の見物	67%
2	桜の鑑賞	65%	桜の鑑賞	67%	イベント・祭りの見物	71%	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	67%
3	伝統的日本人料理	63%	伝統的日本人料理	66%	自然や風景の見物	57%	桜の鑑賞	56%
4	温泉への入浴	56%	温泉への入浴	58%	有名な史跡や歴史的な 建築物の見物	57%	イベント・祭りの見物	56%
5	紅葉の鑑賞	54%	食品や飲料のショッピ ング	57%	近代的／先進的な建 築物の見物	57%	自然や風景の見物	44%
5							有名な史跡や歴史的な 建築物の見物	44%
5							伝統工芸品に関する体 験	44%
5							世界遺産の見物	44%
5							スポーツ観戦	44%
5							遊園地やテーマパーク	44%

体験したこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=43)		(n=30)		(n=8)		(n=5)	
1	伝統的日本人料理	37%	伝統的日本人料理	47%	雪景色観賞	50%	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	60%
2	自然や風景の見物	35%	温泉への入浴	43%	自然や風景の見物	38%	紅葉の鑑賞	40%
3	温泉への入浴	33%	自然や風景の見物	37%	紅葉の鑑賞	38%	近代的／先進的な建 築物の見物	40%
4	遊園地やテーマパーク	28%	遊園地やテーマパーク	37%	近代的／先進的な建 築物の見物	38%	伝統工芸品に関する体 験	40%
5	桜の鑑賞	23%	繁華街の街歩き	30%	桜の鑑賞	25%	イベント・祭りの見物	40%
5	有名な史跡や歴史的な 建築物の見物	23%			有名な史跡や歴史的な 建築物の見物	25%	スポーツ観戦	40%
5					日本庭園の見物	25%		
5					ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	25%		
5					イベント・祭りの見物	25%		
5					伝統的日本人料理	25%		

※1：回答は複数回答可。
※2：n=30以下は参考値。

訪日旅行で体験したいこと、直近の訪日旅行体験したこと 長野県（松本）

- 訪日旅行で体験したいことは、全体では「自然や風景の見物」が57%と最も高く、「桜の鑑賞」も半数以上が選好している。
- 居住地別にみると、東南アジアは「日本庭園の見物」や「伝統的日本料理」も5割超となっており、東アジア（約4割）や欧米豪（約3～4割）と比べて人気の高いコンテンツとなっている。

体験したいこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=102)		(n=56)		(n=32)		(n=14)	
1	自然や風景の見物	57%	自然や風景の見物	55%	自然や風景の見物	66%	伝統工芸品に関する体験	64%
2	桜の観賞	52%	雪景色観賞	52%	桜の観賞	63%	イベント・祭りの見物	50%
3	雪景色観賞	49%	桜の観賞	52%	雪景色観賞	59%	温泉への入浴	50%
4	伝統的日本料理	48%	温泉への入浴	45%	日本庭園の見物	56%	自然や風景の見物	43%
5	温泉への入浴	46%	伝統的日本料理	45%	世界遺産の見物	56%	紅葉の観賞	43%
5					伝統的日本料理	56%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	43%
5							近代的／先進的な建築物の見物	43%
5							ナイトライフ体験	43%
5							伝統的日本料理	43%

体験したこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=23)		(n=7)		(n=12)		(n=4)	
1	桜の観賞	39%	桜の観賞	43%	自然や風景の見物	50%	桜の観賞	75%
2	紅葉の観賞	30%	伝統芸能鑑賞	43%	紅葉の観賞	50%	近代的／先進的な建築物の見物	50%
3	日本庭園の見物	30%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	29%	雪景色観賞	42%	伝統工芸品に関する体験	50%
4	自然や風景の見物	26%	日本庭園の見物	29%	日本庭園の見物	33%	雪景色観賞	25%
5	雪景色観賞	26%	遊園地やテーマパーク	29%	桜の観賞	25%	紅葉の観賞	25%
5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	26%	温泉への入浴	29%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	25%	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	25%
5	温泉への入浴	26%	フルーツ狩り	29%	世界遺産の見物	25%	日本庭園の見物	25%
5			日本文化の体験	29%	温泉への入浴	25%	ドラマや映画のロケ地アニメの舞台の見物	25%
5			ブランド品や宝飾品のショッピング	29%	伝統的日本料理	25%	世界遺産の見物	25%
5							イベント・祭りの見物	25%

※1：回答は複数回答可。
※2：n=30以下は参考値。

訪日旅行で体験したいこと、直近の訪日旅行体験したこと 長野県（上高地）

- 訪日旅行で体験したいことは、全体では「自然や風景の見物」が69%と最も高く、次いで「桜の鑑賞」や「紅葉の鑑賞」、「伝統的日本料理」も6割強が選好している。
- 居住地別にみると、東アジアでは8割超が「自然や風景の見物」を選好しており、国の「特別名勝」と「特別天然記念物」の両方に指定された上高地の絶景に対する関心は大きい。

体験したいこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=87)		(n=54)		(n=28)		(n=5)	
1	自然や風景の見物	69%	自然や風景の見物	81%	世界遺産の見物	68%	紅葉の観賞	60%
2	桜の観賞	67%	伝統的日本料理	76%	桜の観賞	61%	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	60%
3	紅葉の観賞	66%	桜の観賞	74%	紅葉の観賞	61%	イベント・祭りの見物	60%
4	伝統的日本料理	64%	紅葉の観賞	69%	有名な史跡や歴史的な 建築物の見物	57%	温泉への入浴	60%
5	有名な史跡や歴史的な 建築物の見物	59%	雪景色観賞	67%	自然や風景の見物	54%	スポーツ観戦	40%
5			温泉への入浴	67%	日本庭園の見物	54%	ブランド品や宝飾品の ショッピング	40%

体験したこと

	全体		東アジア		東南アジア		欧米豪	
	(n=25)		(n=6)		(n=15)		(n=4)	
1	自然や風景の見物	52%	自然や風景の見物	50%	自然や風景の見物	60%	紅葉の観賞	75%
2	紅葉の観賞	36%	食品や飲料のショッピ ング	50%	桜の観賞	47%	近代的／先進的な建築 物の見物	75%
3	桜の観賞	32%	雪景色観賞	33%	紅葉の観賞	40%	イベント・祭りの見物	50%
4	イベント・祭りの見物	32%	イベント・祭りの見物	33%	有名な史跡や歴史的な 建築物の見物	33%	自然や風景の見物	25%
5	雪景色観賞	24%	伝統的日本料理	33%	雪景色観賞	27%	桜の観賞	25%
5	日本庭園の見物	24%	日本の酒	33%	日本庭園の見物	27%	日本庭園の見物	25%
5					ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	27%	ドラマや映画のロケ地 アニメの舞台の見物	25%
5					イベント・祭りの見物	27%	伝統工芸品に関する体 験	25%
5							スポーツ観戦	25%
5							VR体験	25%

※1：回答は複数回答可。
※2：n=30以下は参考値。

著作権（C）Development Bank of Japan Inc. 2026
当資料は、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）により作成されたものです。

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引などを勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願いいたします。

本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡ください。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず『出所：日本政策投資銀行』と明記してください。